



**You have downloaded a document from  
RE-BUS  
repository of the University of Silesia in Katowice**

**Title:** Oblicza współczesnej propagandy : przypadek chińsko-tajwańskiej wojny informacyjnej

**Author:** Robert Rajczyk

**Citation style:** Rajczyk Robert. (2019). Oblicza współczesnej propagandy : przypadek chińsko-tajwańskiej wojny informacyjnej. Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego



Uznanie autorstwa - Na tych samych warunkach - Licencja ta pozwala na kopiowanie, zmienianie, rozprowadzanie, przedstawianie i wykonywanie utworu tak długo, jak tylko na utwory zależne będzie udzielana taka sama licencja.



UNIwersYTET ŚLĄSKI  
W KATOWICACH



Biblioteka  
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki  
i Szkolnictwa Wyższego

# Oblicza współczesnej propagandy

Przypadek chińsko-tajwańskiej wojny informacyjnej

ROBERT  
RAJCZYK



WYDAWNICTWO  
UNIwersytetu ŚLĄSKIEGO



## **Oblicza współczesnej propagandy**

**Przypadek chińsko-tajwańskiej  
wojny informacyjnej**



Prace Naukowe



Uniwersytetu Śląskiego  
w Katowicach  
nr 3855

**Robert Rajczyk**

## **Oblicza współczesnej propagandy**

**Przypadek chińsko-tajwańskiej  
wojny informacyjnej**

Redaktor serii: Nauki Polityczne  
Mariusz Kolczyński

Recenzent:  
Katarzyna Pokorna-Ignatowicz

# Spis treści

<b>Wstęp</b> . . . . .	7
------------------------	---

## **Część I** **Propaganda. Ujęcie teoretyczne**

### **ROZDZIAŁ 1**

<b>Współczesna propaganda</b> . . . . .	17
1.1. Propaganda i jej przejawy . . . . .	17
1.2. System propagandowy . . . . .	21
1.3. Cele współczesnej propagandy . . . . .	26
1.4. Opinia publiczna jako podmiot oddziaływania propagandowego . . . . .	32
1.4.1. Współczesne narzędzia integrujące opinię publiczną . . . . .	34
1.4.2. Propaganda jako narzędzie aktywizacji społecznej . . . . .	42

### **ROZDZIAŁ 2**

<b>Propaganda jako narzędzie walki informacyjnej</b> . . . . .	47
2.1. Wojny informacyjne . . . . .	47
2.1.1. Narzędzia wojny informacyjnej . . . . .	48
2.2. Dezinformacja . . . . .	51
2.2.1. Postaci dezinformacji . . . . .	56
2.2.2. Przeciwdziałanie dezinformacji . . . . .	60

### **ROZDZIAŁ 3**

<b>Propaganda w strukturze komunikacji strategicznej</b> . . . . .	69
3.1. Propaganda w operacjach informacyjnych . . . . .	71
3.2. <i>Soft power</i> a propaganda . . . . .	74
3.2.1. Propaganda w dyplomacji publicznej . . . . .	77
3.3. Międzynarodowe nadawanie programów radiowych i telewizyjnych . . . . .	78
3.4. Działalność informacyjno-prasowa . . . . .	80
3.5. Pozycja propagandy w komunikacji strategicznej . . . . .	81

## Część II

## Propaganda Tajwanu i Chin kontynentalnych – studia przypadków

## ROZDZIAŁ 4

<b>Propaganda Republiki Chińskiej (Tajwanu)</b>	85
4.1. Państwa niesuwerenne w stosunkach międzynarodowych	86
4.1.1. Republika Chińska jako państwo nieuznawane	89
4.2. Tajwanizacja Republiki Chińskiej na Tajwanie	91
4.3. Wymiary tajwańskiej propagandy	96
4.3.1. Instytucjonalizacja propagandy Tajwanu	100
4.3.2. Wymiar funkcjonalny tajwańskiej propagandy	102

## ROZDZIAŁ 5

<b>Chińsko-tajwańska wojna propagandowa</b>	109
5.1. Wymiary propagandy chińskiej	109
5.1.1. Wymiar ideologiczny	110
5.1.2. Wymiar strukturalny	111
5.1.3. Kierunki chińskiej narracji propagandowej	112
5.2. Chińsko-tajwańska wojna informacyjna	114
5.2.1. Analiza ilościowa	116
5.2.2. Analiza zawartości	118
5.3. Podsumowanie analizy ilościowej i jakościowej	126

<b>Zakończenie</b>	129
--------------------	-----

<b>Aneksy</b>	137
---------------	-----

<b>Bibliografia</b>	155
---------------------	-----

<b>Spis tabel</b>	167
-------------------	-----

<b>Summary</b>	169
----------------	-----

<b>Резюме</b>	171
---------------	-----



# Wstęp

Współczesny rozwój środków masowego przekazu i nowoczesnych technologii informacyjnych pozwala na nieograniczoną dystrybucję każdego rodzaju przekazu, również perswazyjnego, za sprawą którego kształtowane są stosunki międzynarodowe, realizowana jest polityka zagraniczna oraz kształtowane są poglądy obywateli i ich preferencje polityczne, społeczne uwarunkowania i wynikające z tego wybory kulturowe. Zarządzanie społeczeństwem medialnym<sup>1</sup> i społeczeństwem sieci<sup>2</sup> wyznacza nowe wyzwania w działaniach propagandowych, jakie realizowane są współcześnie w formach propagandowych wywołujących wojny informacyjne o ludzkie umysły.

Propaganda nie jest zjawiskiem nowym. Znane są w historii powszechnej fakty, które dzięki zabiegom propagandowym zyskały zupełnie odmienny wymiar, często odbiegający od tego, jak ukształtował się ich byt. W nie najdalszej historii, ale tej, która budzi wciąż wiele emocji oraz wpłynęła na upowszechnienie badań nad propagandą, można wymienić twierdzenia, że Austria jest pierwszą ofiarą nazizmu, istnieją „polskie obozy koncentracyjne” czy też Peenemünde to ośrodek, z którego po raz pierwszy w historii świata wystrzelono rakietę w stratosferę<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Terminem *społeczeństwo medialne* Stanisław Michalczyk określa zjawisko autonomizacji mediów oraz mediatyzacji komunikowania publicznego. Istotą tego typu społeczeństwa jest przymus komunikacyjny kształtujący m.in. widzialność podmiotów i emocjonalność przekazów. W społeczeństwie medialnym następują zmiany w dziennikarstwie, polityce i demokracji. Więcej na ten temat pisze w: S. MICHALCZYK: *Społeczeństwo medialne: Studia z teorii komunikowania masowego*. Katowice 2008, s. 43.

<sup>2</sup> Pojęcie *społeczeństwo sieciowe* wprowadził Manuel Castells, pisząc: „W społeczeństwie sieci władza oznacza umiejętność kodowania i przekazywania informacji, a także włączania i wyłączania poszczególnych grup społecznych z obszaru sieci”. Funkcjonowanie społeczeństwa sieciowego oparte jest na globalnej sieci komunikacyjnej. Z pojęcia społeczeństwa sieci jego twórca wyprowadził pojęcie władzy komunikacji jako nowego paradygmatu zdobywania i utrzymywania władzy oraz zarządzania zasobami ekonomicznymi i społecznymi. Więcej na ten temat w: M. CASTELLS: *Władza komunikacji*. Tłum. J. JEDLIŃSKI, P. TOMANEK. Warszawa 2013.

<sup>3</sup> „Przed wybuchem II wojny światowej aż do jej zakończenia Peenemünde było najbardziej nowoczesnym ośrodkiem technologicznym na świecie. To właśnie tam w 1942 r. udało się po raz pierwszy w historii wystrzelić rakietę w kosmos, co dało podwaliny pod rozwój technologii

To tylko nieliczne przykłady z XX wieku, jakie można uznać za swobodne kształtowanie historii, która miała zupełnie inny przebieg. Selektywna narracja, jaką prowadzono przez lata, kształtując „fakty” oraz posługując się retoryką, za sprawą której z historii Austrii wyparto Adolfa Hitlera, twórcę nazizmu bez proweniencji narodowej. Sam ten ruch polityczny w odbiorze społecznym także nie ma austriackich konotacji narodowościowych, chociaż gro jego luminarzy było tej narodowości. W dyskursie publicznym pojawiają się za to sformułowania: *hitlerowcy* lub *polskie obozy koncentracyjne*. W świadomości opinii publicznej znaczenie przytoczonych sformułowań zaciera konotacje zgodne z prawdą historyczną na rzecz eufemizmów językowych.

Obraz końcowy, który rysuje się jako wynik zabiegów selektywnej narracji, nie jest jednak sztucznie wykreowany, nie wykorzystuje również informacji nieprawdziwych. Autentyczność prezentowanej opowieści warunkuje jej wiarygodność, a tym samym kształtuje poziom efektywności przekazu komunikacyjnego. Przykładem tego rodzaju konstrukcji może być brytyjska dynastia panująca, która do 1917 roku występowała pod nazwiskiem Sachsen-Coburg Gotta, jednakże pod wpływem antyniemieckich nastrojów w brytyjskim społeczeństwie ówczesny władca Zjednoczonego Królestwa król Jerzy V postanowił zmienić nazwisko na bardziej społecznie akceptowalne w dobie I wojny światowej. I tak Coburgowie stali się Windsorami od nazwy zamku będącego jedną z trzech rezydencji królewskich. Po dziś dzień Windsorowie uchodzą za symbol brytyjskości, i to pomimo faktu, że dzieci królowej Elżbiety i jej małżonka księcia Edynburga są potomkami innej niemieckiej dynastii Schleswig-Holstein-Sonderburg-Glücksburg, z której nazwiska książę Filip celowo zrezygnował na rzecz nazwiska swojej matki w wersji zanglicyzowanej – Mountbatten.

Przytoczone historie dowodzą, że zmieniające się uwarunkowania polityczno-społeczne oraz rozwój mediów masowych, a w ostatnim dwudziestoleciu także postęp w technologii informacyjno-komunikacyjnej (ICT) uruchamiają nowe płaszczyzny działań propagandowych, które coraz częściej nabierają charakteru podporządkowanych kanałom komunikacyjnym determinującym działania współczesnej propagandy.

Właściwie zaplanowana komunikacja zintegrowanego i selektywnie zbudowanego przekazu dystrybuowanego przez kanały komunikacji skorelowane z grupami docelowymi to warunek efektywnego oddziaływania na odbiorcę. Przekaz zawierający w sobie elementy opowieści zintegrowanej z faktami, której ma dotyczyć (*storytelling*), jest ukierunkowany na wykorzystanie określonych ram interpretacyjnych oraz pominięcie innych, które nie są użyteczne dla przekazu opowieści (*framing*) i wykorzystujący media jako kanał wskazujący na to, o czym się mówi (paradygmat *agenda building*), jest obecnie podsta-

---

rakietowej i umożliwiło późniejsze loty kosmiczne oraz zapoczątkowało zimnowojenny wyścig zbrojeń”. Por. <https://museum-peenemuende.de/?lang=pl> [dostęp: 11.07.2016].

wowym sposobem budowania pożądaných narracji. Marek Jachimowski pisze o interakcji mediów, ich dysponentów oraz form komunikacji w różnych kontekstach społecznych<sup>4</sup>. „Obecnie zjawiska te również mają wpływ na zmiany komunikacyjne człowieka i związane z tym jego możliwości funkcjonowania w różnych rolach społecznych. Ma to odniesienie nie tylko do jednostki czy grup społecznych, ale dotyczy także szeregu kluczowych instytucji społecznych oraz procesów politycznych, gospodarczych, edukacyjnych, kulturalnych, zarówno na poziomie lokalnym, krajowym, międzynarodowym, jak i globalnym. Wszystko to wpływa na zmiany w mediach periodycznych i na przekształcenia w periodycznej komunikacji medialnej (utrata dominacji komunikowania masowego i wzrost znaczenia komunikacji odmasowionej)”<sup>5</sup>.

Cel monografii identyfikuję na dwóch płaszczyznach. Po pierwsze, zamierzam przedstawić współczesne formy i narracje propagandowe realizowane w płaszczyźnie mediów tradycyjnych oraz nowych mediów, przede wszystkim mediów społecznościowych. Po drugie, wykorzystując rozważania teoretyczne, w kontekście empirycznym ustalę działania propagandowe prowadzone przez dwa państwa pozostające wobec siebie w skomplikowanej sytuacji polityczno-ekonomicznej. To oznacza, że działania propagandowe każdego z państw pozostają w określonej zależności, jednocześnie oddziałując na siebie wzajemnie.

Studium przypadków (*case studies*) działań propagandowych prowadzonych przez Republikę Chińską (Tajwan) oraz Chińską Republikę Ludową (Chiny kontynentalne)<sup>6</sup> stanowi unikalny przykład w stosunkach międzynarodowych. Jeden z podmiotów, Chiny kontynentalne, ma charakter dominujący w globalnych stosunkach międzynarodowych, oddziałując tym samym na szanse i możliwości polityczne drugiego państwa. Tajwan dysponuje własnym terytorium, ale geneza powstania państwa i jego znaczenia międzynarodowego jest odmienna niż innych państw o ograniczonej uznawalności. Tajwan nie wydzielił bowiem granic swojego terytorium z obszaru państwa macierzystego ani nie został utworzony w rezultacie decyzji organizacji międzynarodowej. W 1949 roku władze Republiki Chińskiej istniejącej od 1911 roku ewakuowały się z terenów Chin kontynentalnych objętych rebelią na obszar, który zgodnie z ustaleniami kairskiej konferencji aliantów z 1943 roku 2 lata później znalazł się w granicach Chin po okresie japońskiej okupacji z lat 1895–1945. W latach 1945–1971 Tajwan był członkiem Rady Bezpieczeństwa Organizacji Narodów Zjednoczonych i członkiem-założycielem ONZ. Jest aktywnie zaangażowany w rozwiązywanie problemów o charakterze globalnym, takich jak na przykład niekorzystne zmiany klimatyczne. Republika Chińska prowadzi również projekty pomocy humanitarnej dla regionów i państw dotkniętych skutkami klęsk żywiołowych,

<sup>4</sup> M. JACHIMOWSKI: *Komunikacja strategiczna a dziennikarstwo*. „Rocznik Prasoznawczy”. R. 10/2016, s. 11–12.

<sup>5</sup> Ibidem.

<sup>6</sup> Dalej nazwy państw używane będą zamiennie – R.R.

a także pomocy rozwojowej, w tym nie tylko obejmującej państwa utrzymujące pełne stosunki dyplomatyczne z Tajpej, ale również państwa rozwijające się (na przykład Bośnia i Hercegowina), a nawet te należące do Unii Europejskiej<sup>7</sup>. Jednocześnie Tajwan, wykorzystując rozwój środków masowego przekazu i nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych, bierze udział w stosunkach międzynarodowych jako podmiot o limitowanej uznawalności. Rozwój komunikacji zapośredniczonej przez media społecznościowe otwiera nowe możliwości dotarcia do odbiorców i kształtowania wpływu społecznego. Zmiany w technologii komunikowania spowodowały zmienność ról komunikacyjnych, które zrównują status uczestnika wirtualnego dyskursu publicznego niezależnie od jego pozycji geopolitycznej, gospodarczej czy też podmiotowości prawnomiedzynarodowej. Wykorzystanie form komunikowania zależy w istotnym stopniu od wielkości nakładów finansowych, czyli *de facto* zasobów ekonomicznych skorelowanych z zasięgiem oddziaływania i statusem podmiotu w międzynarodowych stosunkach politycznych, gospodarczych i kulturalnych.

Suwerenność Republiki Chińskiej, choć państwo to stanowi przede wszystkim podmiot międzynarodowych stosunków gospodarczych, jest obecnie kwestionowana przez znaczną część społeczności międzynarodowej<sup>8</sup>. Z pozostałymi członkami wspólnoty międzynarodowej utrzymuje jednak pełne stosunki dyplomatyczne lub też utrzymuje zamiast stosunków dyplomatycznych tylko *de iure* konsularne, kulturalne i gospodarcze<sup>9</sup>. Republika Chińska – nieuznawana przez Organizację Narodów Zjednoczonych – uczestniczy w międzynarodowych stosunkach politycznych, co przejawia się w postaci członkostwa w organizacjach międzynarodowych, choć Tajwan ze względu na skuteczny sprzeciw Chińskiej Republiki Ludowej na ogół nie występuje w nich ani jako Republika Chińska, ani jako Tajwan<sup>10</sup>.

<sup>7</sup> W przypadku Bośni i Hercegowiny są to dwa projekty z zakresu tzw. zielonej energii. Zob. [http://www.icdf.org.tw/lp.asp?CtNode=30881&CtUnit=172&BaseDSD=100&mp=2&xq\\_xCat=29824](http://www.icdf.org.tw/lp.asp?CtNode=30881&CtUnit=172&BaseDSD=100&mp=2&xq_xCat=29824). Z kolei projekty realizowane w Rumunii oraz Bułgarii obejmowały wsparcie dla rozwoju finansowego sektora małych przedsiębiorstw, lokalny projekt efektywności energetycznej, a także finansowanie gospodarki ekologicznej oraz projekt wprowadzenia elektrycznych autobusów w Sofii. Zob. <http://www.icdf.org.tw/lp.asp?CtNode=30073&CtUnit=172&BaseDSD=100&mp=2> [dostęp: 6.12.2018].

<sup>8</sup> Republika Chińska na Tajwanie jest przykładem cofnięcia uznania międzynarodowego.

<sup>9</sup> Republika Chińska (Tajwan) utrzymuje stosunki dyplomatyczne z 18 państwami na świecie, w tym w Europie jedynie z Watykanem. Z pozostałymi państwami świata, z wyjątkiem Chińskiej Republiki Ludowej, która uznaje Tajwan za swoją zbuntowaną prowincję, utrzymywane są stosunki konsularne, kulturalne i gospodarcze w formie biur handlowych i kulturalnych o różnych nazwach. W przypadku Rzeczypospolitej Polskiej jest to Biuro Polskie w Tajpej – <https://poland.tw> [dostęp: 11.07.2016].

<sup>10</sup> Najczęściej w międzynarodowych stosunkach kulturalnych Tajwan występuje jako Chińskie Tajpej (także w międzynarodowych rozgrywkach sportowych). Z kolei w Światowej Organizacji Handlu funkcjonuje pod nazwą Wydzielonego Obszaru Celnego Tajwanu, Peskadarów, Kinmen i Matsu – por. R. RAJCZYK: *Dyplomacja cyfrowa Tajwanu*. W: *Współpraca*,

Republika Chińska próbuje się opierać naciskowi Chińskiej Republiki Ludowej i utrzymywać stosunki dyplomatyczne ze swoimi dotychczasowymi partnerami dyplomatycznymi<sup>11</sup>, pośród których do największych należą Nikaragua i Honduras, a wśród najbardziej prestiżowych jest Stolica Apostolska. Stany Zjednoczone cofnęły Tajwanowi uznanie i od 1 stycznia 1979 roku stoją formalnie na stanowisku uznania rządu w Pekinie za jedyną reprezentację chińską w systemie Organizacji Narodów Zjednoczonych. Pomimo tego faktu USA utrzymują intensywne kontakty gospodarcze i kulturalne z władzami w Tajpej<sup>12</sup>. W przypadku Republiki Chińskiej amerykańskie wsparcie polityczne i militarne dla Tajwanu stanowi z kolei metodę oddziaływania politycznego na Chińską Republikę Ludową.

Analiza przedstawiona w części teoretycznej została przeprowadzona metodą *research desk*. Celem badania *research desk* było zebranie i zestawienie literatury naukowej, która pozwalała na wyznaczenie kierunku przygotowania i opracowania metodologii badawczej. Wśród przeanalizowanej literatury znalazły się pozycje dotyczące parapaństw (jako podmiotu stosunków międzynarodowych), poświęcone zagadnieniom propagandy i działań propagandowych realizowanych w przestrzeni mediów masowych i nowych mediów, a ponadto poruszające zagadnienia międzynarodowego komunikowania politycznego, *public relations* oraz komunikacji strategicznej w wymiarach niezbędnych do przedstawienia przedmiotowego zagadnienia.

Na gruncie polskim tematykę parapaństw podejmowali w swoich pracach naukowcy z wielu ośrodków akademickich, między innymi Janusz Solak, Jerzy Hatłas, Marcin Kosienkowski, Jerzy Kłoczkowski, Andrzej Gil, Radosław Zenderowski, Viktoriya Serzhanova, Piotr Oleksy, Bartłomiej Zdaniuk, Danuta Krzak-Gibas, Krzysztof Nowak, Małgorzata Rączkiewicz, Adam Kosidło, a także środowiska analityczne Ośrodka Studiów Wschodnich i Polskiego Instytutu Spraw

---

*konkurencja czy rywalizacja? Oblicza stosunków międzynarodowych w Azji.* Red. J. MARSZAŁEK-KAWA, A. STAŃCO-WAWRZYŃSKA. Toruń 2017, s. 300–307. Wyjątek stanowi Azjatycki Bank Rozwoju, gdzie używana jest nazwa Tajpej, Chiny. Zob. R. RAJCZYK: *Measures and objectives of Taiwanese digital diplomacy*. W: *Komunikowanie społeczne w dobie nowych technologii*. Red. D. PIONTEK, S. OSSOWSKI. Nowy Targ–Poznań 2017, s. 71.

<sup>11</sup> Chińska Republika Ludowa stosuje „zasadę jednych Chin”, zgodnie z którą według interpretacji Pekinu Tajwan jest zbuntowaną prowincją ChRL. Stosując naciski polityczne, władze w Pekinie wywierają presję na sojuszników dyplomatycznych Tajwanu, skłaniając ich do zerwania stosunków dyplomatycznych z Tajpej, co jest warunkiem nawiązania ich z Pekinem. Tajwańska prezydent stara się apelować do społeczności międzynarodowej o jedność w obliczu chińskich nacisków. Zob. *Taiwan's Tsai urges world to stand up to China: AFP interview*; <https://www.afp.com/en/news/23/taiwans-tsai-urges-world-stand-china-afp-interview-doc-16l04el> [dostęp 25.06.2018].

<sup>12</sup> Podstawą są dwa akty prawne: Taiwan Relations Act (Public Law 96-8, 22 U.S.C. 3301 et seq.) oraz Taiwan Travel Act (Public Law No. 115–135 (03/16/2018)). Por. <http://uscode.house.gov/view.xhtml?path=/prelim@title22/chapter48&edition=prelim> i <https://www.congress.gov/bill/115th-congress/house-bill/535> [dostęp: 6.12.2018]. W Tajpej funkcjonuje także Instytut Amerykański na Tajwanie (American Institute in Taiwan). Por. <http://www.ait.org.tw> [dostęp: 18.12.2018].



Międzynarodowych. W piśmiennictwie zagranicznym problematykę państw nieuznawanych podejmują przede wszystkim Eiki Berga, Nina Caspersen, James Ker-Lindsay, George Kyrisa, Scott Pegga, Raul Toomla, George Sørensen i Pal Kostø. Równie bogata jest literatura naukowa z zakresu komunikowania międzynarodowego i komunikowania publicznego. Warto zatem zwrócić uwagę na publikacje Beaty Ocieпки, Zbigniewa Oniszczyka, Bogusławy Dobek-Ostrowskiej, Agnieszki Hess, Doroty Piontek, Agnieszki Szymańskiej i Jerzego Mikułowskiego Pomorskiego. Problematykę komunikowania strategicznego podejmują w Polsce natomiast między innymi Beata Ocieпка, Marek Jachimowski, Tomasz Kacała i Mirosław Lakomy. Dyplomacja publiczna i *soft power* to w Polsce obszar zainteresowań badawczych na przykład Beaty Ocieпки, Beaty Piskorskiej oraz Roberta Łosia.

Badania empiryczne przeprowadziłem metodą jakościową, wykorzystując analizę przypadków (*case studies*) propagandy realizowanej przez Tajwan oraz kwestii tajwańskiej w propagandzie prowadzonej przez Chińską Republikę Ludową. Taki sposób realizacji badań pozwala na wskazanie wzajemnych relacji pomiędzy państwem dominującym a państwem realizującym działania propagandowe w przestrzeni międzynarodowej, w której jego obecność jest limitowana. W badaniach empirycznych przyjąłem hipotezę o istnieniu zależności pomiędzy działaniami propagandowymi prowadzonymi przez Tajwan i Chińską Republikę Ludową, przy czym działania propagandowe Tajwanu są niezależne od działań podejmowanych przez Chińską Republikę Ludową, mają na celu utrzymywanie relacji Tajwanu z podmiotami prawa międzynarodowego, organizacjami międzynarodowymi oraz obywatelami innych krajów. Działania są ukierunkowane na kształtowanie wizerunku i postrzegania Republiki Chińskiej jako „jedynej chińskiej demokracji”. Kwestia tajwańska stanowi natomiast element propagandowych działań Chin kontynentalnych jako podmiotu dążącego do promowania na świecie idei „jednych Chin”.

W kontekście przyjętej i rozbudowanej hipotezy określającej wzajemne relacje działań propagandowych prowadzonych przez Tajwan i Chiny kontynentalne zaproponowałem dwa pytania badawcze, według których będą realizowane analizy przypadków:

- P1. Czy wymiary propagandy Tajwanu przyjmują Chiny kontynentalne jako podmiot działań propagandowych?
- P2. W jaki sposób kwestia tajwańska jest kształtowana w chińskiej propagandzie? Czy przyjmuje ona wymiar oddziaływania wewnętrznego, czy prowadzona jest w wymiarze globalnym?

Monografia stanowi wynik badań w dyscyplinie nauki o polityce z odwołaniem się do dorobku nauk o mediach i komunikacji społecznej. Wnioski płynące z części empirycznej wpisują się w nurt badań nad znaczeniem współczesnych działań propagandowych dla pozycji międzynarodowej państwa o limitowanej uznawalności.

Monografia obejmuje dwie części i pięć rozdziałów, wstęp oraz zakończenie. Pierwsza część monografii zatytułowana *Propaganda. Ujęcie teoretyczne* składa się z trzech rozdziałów. W rozdziale pierwszym podjęto problematykę znaczenia i roli propagandy we współczesnym komunikowaniu. Analizując kierunki współczesnej aktywności propagandowej, wyznaczono funkcje integrujące opinię publiczną oraz podjęto analizę propagandy jako narzędzia aktywizacji społecznej. W drugim rozdziale opisano wykorzystanie propagandy w walce informacyjnej, zwracając szczególną uwagę na problemy dezinformacji w ujęciu komunikowania perswazyjnego. Omówione zostały także kwestie dotyczące *societal security* (bezpieczeństwa społecznego) czy też *social resilience* (odporności społecznej), jak również bezpieczeństwa informacyjnego, które ma zapewnić suwerenność państwa w zakresie przestrzeni informacyjnej i zwalczania obcych wpływów oraz ingerencji w tym obszarze. Przejawiają się one między innymi rozpowszechnianiem zewnętrznej propagandy zarówno jawnej, jak i ukrytej (tej ostatniej dystrybuowanej zresztą najczęściej w celach dezinformacyjnych).

W rozdziale trzecim podjęto analizę usytuowania propagandy w strukturze komunikacji strategicznej, która stanowi istotny element działań w zarządzaniu reputacją państwa w wymiarze globalnym. W tym rozdziale dokonano także uporządkowania definicyjnego, określając zakres przedmiotowy dziedzin stanowiących składowe komunikacji strategicznej: dyplomacji publicznej, międzynarodowego nadawania programów telewizyjnych i radiowych, operacji informacyjnych oraz polityki informacyjnej. Odniesienia pojęciowe względem problematyki badanej zastosowano, ukazując różnice w definiowaniu propagandy, *public relations*, komunikowania międzynarodowego, strategicznej komunikacji zewnętrznej państw, miękkiej siły i *smart power* oraz relacji do brandingu narodowego i jego znaczenia w procesie komunikacji globalnej. Takie ujęcie wymienionych pojęć względem propagandy uważam za konieczne i wynikające z faktu, że przedmiotem oddziaływania perswazyjnego są zarówno propaganda, jak i inne formy komunikowania<sup>13</sup>.

Kolejne dwa rozdziały mieszczą się w drugiej części monografii zatytułowanej *Propaganda Tajwanu i Chin kontynentalnych – studia przypadków*. Rozdział czwarty zawiera badania jakościowe działań propagandowych realizowanych przez Tajwan ze wskazaniem ich wymiarów: strategicznego, instytucjonalnego oraz funkcjonalnego. Tytułem wprowadzenia do rozdziału skrótkowo opisano problematykę państw nieuznawanych, do kategorii których zaliczany jest Tajwan. W ostatnim rozdziale poddano analizie kwestię tajwańską w propagandzie Chińskiej Republiki Ludowej, zwracając uwagę na cechy chińskiej propagandy,

<sup>13</sup> Podobne stanowisko prezentuje Beata Ociepa, por. B. OCIEPA: *Nowa dyplomacja publiczna – perspektywa teorii stosunków międzynarodowych i komunikowania politycznego*. „Przegląd Strategiczny”, nr 1/2012, s. 134.

jej wymiar ideologiczny, co ma znaczenie w kontekście faktu, że zarówno mieszkańcy Tajwanu, jak i Chin Ludowych, kulturowo i etnicznie stanowią jeden naród. W rozdziale omówiono również wymiar globalny chińskiej propagandy oraz narrację propagandową, jaką Chińczycy stosują względem Tajwanu.

Monografia stanowi część cyklu badawczego, który zapoczątkowało ukazanie się na rynku wydawniczym w 2016 roku monografii mojego autorstwa pt. *Nowoczesne wojny informacyjne* i stanowi kontynuację podjętej we wspomnianej książce problematyki badawczej związanej z wykorzystaniem propagandy we współczesnej komunikacji w wymiarze globalnym. Niniejsza publikacja uzupełnia tematykę poprzedniej i sytuuje ją w kontekście zarówno lokalnym, jak i regionalnym, obejmując jednocześnie byt geopolityczny, którego zasoby oraz instrumenty oddziaływania komunikacyjnego są w ogromnym stopniu ograniczone ze względu na status prawnomiędzynarodowy. W niniejszej publikacji wykorzystałem ponadto wyniki dotychczasowych badań naukowych, jakie prowadziłem w obszarze propagandy i komunikowania, również podczas dwukrotnych pobytów na Tajwanie w ramach grantów badawczych przyznanych mi przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych Republiki Chińskiej.

Niniejsza monografia stanowi wkład w prace badawcze z zakresu komunikowania publicznego i komunikowania międzynarodowego prowadzone w Instytucie Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach między innymi przez Mariusza Kolczyńskiego, Marka Mazura, Zbigniewa Oniszczyka, Marka Jachimowskiego czy też Stanisława Michalczyka. W tym miejscu chciałbym bardzo serdecznie podziękować pracownikom Instytutu Nauk Politycznych i Dziennikarstwa za inspirujące dyskusje naukowe.

Ogromne podziękowania kieruję również do recenzentki prof. nadzw. dr hab. Katarzyny Pokornej-Ignatowicz za niezwykle cenne uwagi, jakie wniosła do tej książki.

Katowice, czerwiec 2018

## **Część I**

### **Propaganda Ujęcie teoretyczne**





## ROZDZIAŁ 1

# Współczesna propaganda

### 1.1. Propaganda i jej przejawy

Propaganda towarzyszyła człowiekowi od zarania dziejów. Petroglify z epoki neolitu czy też malowidła naskalne z paleolitu datowane są na 40 tys. lat przed naszą erą i stanowią ówczesne formy propagandowe. Wraz z rozwojem cywilizacji i technik komunikacji propaganda przybierała coraz doskonalsze formy, niemniej jednak bez względu na okres historyczny, w którym powstawała, zawsze bazowała na zarządzaniu emocjami odbiorcy. Propagandą szerzej zainteresowano się po drugiej wojnie światowej, kiedy uwagę badaczy przykuły mechanizmy wpływania na umysły jednostek, które uległy oddziaływaniom totalitaryzmów. Definicje propagandy, jakie powstały na bazie doświadczeń okresu wojennego i badań prowadzonych w następstwie, były skoncentrowane na analizach wpływu przekazów na jednostki żyjące w systemach totalitarnych. Wilbur Schramm zaznaczał, że propaganda to modyfikowanie postaw<sup>1</sup>, Lindley Fraser uważał zaś propagandę za umiejętność przymuszania ludzi do czynów, jakich nie popełniliby w sytuacji dysponowania wszystkimi danymi w określonej sytuacji<sup>2</sup>.

Na rozwój propagandy największy wpływ jednak wywarły media, których gwałtowny rozwój nastąpił od lat 60. XX wieku (media tradycyjne, zwłaszcza telewizja i film), oraz od lat 90. XX wieku internet. Anatolij Łunaczarski, odwołując się do cytatu Włodzimierza Lenina „Ze wszystkich sztuk najważniejszy jest dla nas film”, opublikowanego w referacie w dzienniku „Izwestija” w numerze 94 z 29 kwietnia 1923 roku<sup>3</sup>, ukazał znaczenie emocji kreowanych wśród odbiorców poprzez słowo, a przede wszystkim obraz. Epoki kina i radia, a następnie

---

<sup>1</sup> W. SCHRAMM: *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana 1954.

<sup>2</sup> L. FRASER: *Propaganda*. London 1957, s. 1.

<sup>3</sup> Więcej na temat propagandowej roli kina pisze Piotr Litka. Por. P. LITKA: *Widowisko, oświata, propaganda*. „Tygodnik Powszechny”, 7.05.2012; <https://www.tygodnikpowszechny.pl/widowisko-oswiata-propaganda-15962> [dostęp: 14.08.2018].

telewizji czy wreszcie współcześnie nowych mediów w zakresie emocjonalnego oddziaływania perswazyjnego różnią się jedynie stosowanymi technikami. Choć mechanizm oddziaływania propagandy pozostaje niezmieniony od wieków, to z uwagi na rozwój społeczeństwa informacyjnego osiąganie celów propagandowych wymaga obecnie stosowania nowoczesnych środków i form wyrazu.

W latach 80. XX wieku definicję propagandy opracowali Garth S. Jowett i Victoria O'Donnell. Wedle nich propaganda to celowe i systematyczne działania, które ukierunkowane są na kształtowanie przekonań, manipulowanie wiedzą i zachowaniami jednostek w taki sposób, jaki jest zgodny z oczekiwaniami propagandzysty<sup>4</sup>. Wprowadzając pojęcie komunikowania perswazyjnego, które prowadzi do zmiany zachowań lub sposobu reagowania, a także wzmacnia postawy w wyniku akceptacji, a dalej adaptacji przekazu, Jowett i O'Donnell odwołali się do kształtowania percepcji, manipulowania myślami i bezpośrednimi zachowaniami, aby osiągnąć zakładane cele.

Definicje propagandy wskazują na behawioralny aspekt oddziaływania lub też podkreślają jej wymiar perswazyjny<sup>5</sup>. Dominuje jednak trend uwzględniający manipulowanie emocjami i uczuciami, na co wskazuje Nicholas Jackson O'Shaughnessy, określając propagandę wprost jako emocjonalną manipulację realizowaną poprzez przekazywanie idei oraz ideologii<sup>6</sup> lub też jako „formę przymusu bez przymusu”<sup>7</sup>. Kingsley Edney z kolei zwraca uwagę na kulturowe konotacje znaczenia terminu *propaganda*, odwołując się do chińskiej interpretacji tego pojęcia. „Na Zachodzie pierwotne znaczenie tego terminu odnosi się do rozprzestrzeniania argumentów i opinii, podczas gdy obecnie stosuje się go w kontekście [narzędzia – R.R.] wsparcia dla poszczególnych rządów lub ugrupowań politycznych. Natomiast w chińskim kontekście mamy do czynienia z trzema znaczeniami: ogłaszać lub przekazywać informacje; wyjaśniać coś komuś lub edukować; rozpowszechniać lub publikować”<sup>8</sup>. Keith Somerville

<sup>4</sup> G.S. JOVETT, V. O'DONNELL: *Propaganda and persuasion*. London 1999, s. 6.

<sup>5</sup> Szerzej o definiowaniu terminu propaganda zob. w: B. DOBEK-OSTROWSKA: *Komunikowanie polityczne i publiczne*. Warszawa 2012, s. 204–207.

<sup>6</sup> Dosłownie: „It is essentially emotional manipulation through the transmission of ideas and ideology”. Zob. N. O'SHAUGHNESSY: *Politics and propaganda. Weapons of mass seduction*. Manchester 2004, s. 41.

<sup>7</sup> N. O'SHAUGHNESSY: *The death and life of propaganda*. „Journal of Public Affairs”. Vol. 12/2012, no. 1, s. 29.

<sup>8</sup> W oryginale: „[...] original meaning of the term in the West refers to the spreading of a philosophical argument or opinion, before mentioning that in the West the term is now commonly used in the context of supporting a particular government or political group. It then offers the following three definitions of xuanchuan in the Chinese context: to announce or convey information (xuanbu chuanda); to explain something to someone, or to conduct education (xiang ren jiangjie shuoming, jinxing jiaoyu); and to disseminate or publicize (chuanbo, xuanyang)”. Zob. K. EDNEY: *The Globalization of Chinese Propaganda. International Power and Domestic Political Cohesion*. Palgrave MacMillan 2014, s. 92.

cytuje definicję sformułowaną przez Harolda D. Lasswella, według którego propaganda odnosi się do kontroli opinii poprzez symbole lub historie, plotki, raporty, obrazy i inne formy komunikacji społecznej<sup>9</sup>. Ten sam badacz wskazuje, iż propaganda w najszerszym ujęciu to technika „wpływanian na ludzkie zachowania poprzez manipulowanie przedstawicielami”<sup>10</sup>. Cele perswazyjne przypisuje propagandzie również Philip Taylor twierdząc, że jest ona postrzegana jako „proces zaprojektowany, aby skusić ludzi do wiary w coś, w co w innym wypadku (bez oddziaływania propagandy – R.R.) by nie uwierzyli” oraz jako metoda sprawiania, by ludzie myśleli i zachowywali się zgodnie z intencją źródła propagandy<sup>11</sup>.

**Tabela 1.** Wybrane definicje terminu *propaganda*

William W. Bidelle	„[...] pod wpływem propagandy każda jednostka zachowuje się tak, jak gdyby jej reakcje były wynikiem jej własnej decyzji. Wiele jednostek można zmusić do takiego samego zachowania, przy czym każdą pozornie kierują jej własne sądy”.
Franciszek Mirek	„[...] cały szereg czynności społecznych podporządkowanych określonej ideologii grupowej, a kierowanych przez daną grupę ku jednemu celowi: zakorzenieniu danej ideologii tam, gdzie dotąd jeszcze nie rośnie”.
Garth S. Jowett, Victoria O'Donnell	„[...] propaganda jest celową i systematyczną próbą kształtowania percepcji, manipulowania myślami i bezpośrednimi zachowaniami w celu osiągnięcia takich reakcji, które są zgodne z pożądanymi intencjami propagandzisty”.
Anthony R. Pratkins, Elliot Aronson	„Zręczne posługiwanie się obrazami, sloganami i symbolami odwołujące się do naszych uprzedzeń i emocji; jest komunikowaniem pewnego punktu widzenia, mającym na celu skłonienie odbiorcy do dobrowolnego przyjęcia jego punktu widzenia za swój”.
Henryk M. Kula	„Celowe upowszechnianie wiadomości, opinii, poglądów, teorii, wyjaśniających otaczającą rzeczywistość i zjawiska życia społecznego”.

<sup>9</sup> W oryginale: „refers solely to the control of opinion by significant symbols, or, to speak more concretely and less accurately by stories, rumours, reports, pictures and other forms of social communications”. Zob. K. SOMERVILLE: *Radio Propaganda and the Broadcasting of Hatred. Historical Development and Definitions*. Palgrave MacMillan 2012, s. 43 i nast.

<sup>10</sup> Dosłownie: „Propaganda in the broadest sense is the technique of influencing human action by the manipulation of representations”. Zob. K. SOMERVILLE: *Radio Propaganda...*, s. 43.

<sup>11</sup> Ibidem. W oryginale: „[...] a process designed to seduce people into believing something that they would not otherwise have believed” oraz „if the intent is to persuade people to think and behave in a way desired by the source, then it is propaganda”.

Ryszard Brzeski	„Proces intencjonalnego rozpowszechniania poglądów i przekonań, specyficzny proces komunikowania się, w którym nadawca stara się manipulować odbiorcami drogą rozbudzania emocji oraz zwodniczą lub pokrętną argumentacją”.
Łukasz Szurmiński	„Umotywowana politycznie, celowa i systematyczna próba kształtowania percepcji i ludzkich postaw, realizowana głównie za pomocą środków masowej komunikacji w celu zapewnienia sobie poparcia opinii publicznej dla podejmowanych działań”.
Janusz Sztumski	„[...] sposób oddziaływania na dowolnie liczne zbiory ludzi, którego celem jest wywieranie wpływu na kształtowanie ich myślenia, postaw, przekonań i zachowań w stosunku do spraw publicznych lub określonych wartości politycznych, religijnych, moralnych itp., zgodnie z życzeniem tego, kto tym właśnie sposobem posługuje się lub go firmuje”.
Józef Kossecki	„[...] planowe oddziaływanie na psychikę ludzi za pomocą rozpowszechnianych w skali masowej bodźców o charakterze informacyjnym, zmierzające do ukształtowania u nich odpowiednich norm społecznych lub spowodowania odpowiednich działań”.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: A. ZWOLIŃSKI: *Słowo w relacjach społecznych*. Kraków 2003; <https://opoka.org.pl/biblioteka/1/IK/zwolinski-slowo-06.html#436> [dostęp: 14.08.2018]; T. GRABOWSKI: *Metody walki informacyjnej w mediach elektronicznych na przykładzie konfliktu rosyjsko-ukraińskiego (2014–2016)*. „Horyzonty Polityki”. T. 7/2016, nr 20, s. 37; J. SZTUMSKI: *Propaganda – jej problemy i metody*. Katowice 1990, s. 30; K. STELMACH: *Mediatyzacja propagandy – propagandyzacja mediów: wczoraj i dziś*. „Zeszyty Prasoznawcze”. T. 57/2014, nr 2, s. 408; J. KOSSECKI: *Totalna wojna informacyjna XX wieku a II RP*. Kielce 1997, s. 2.

Tomasz Grabowski zwraca natomiast uwagę na specyficzne definiowanie propagandy przez Biuro Bezpieczeństwa Narodowego, wedle którego jest to: „rozpowszechnianie zmanipulowanych lub sfabrykowanych informacji (albo kombinacji jednych i drugich) w celu skłonienia ich odbiorców do określonych zachowań korzystnych dla dezinformującego lub też w celu odwrócenia ich uwagi od faktycznie zaistniałych wydarzeń”<sup>12</sup>. Choć autor wskazuje tutaj na niezbyt precyzyjne jego zdaniem ujęcie definicyjne oraz potoczne rozumienie terminu *propaganda* mające wybitnie pejoratywny charakter związany z celowym przekazywaniem nieprawdziwych informacji, tego rodzaju aktywność determinuje jednak współczesne oblicze propagandy. Jej celem nadrzędnym nie jest bowiem wyłącznie zwalczanie wybranej narracji lub też promocja własnej, ale właśnie dezinformacja obliczona na destabilizację w dziedzinie bezpieczeństwa informacyjnego i bezpieczeństwa społecznego oraz uzyskanie przewagi informacyjnej. Tak przygotowane środowisko informacyjne podlega oddziaływaniom z zakresu wpływu społecznego.

Na potrzeby niniejszej monografii propagandę definiować będę w ujęciu nauki o komunikowaniu jako proces oddziaływania perswazyjnego na opinię

<sup>12</sup> T. GRABOWSKI: *Metody walki informacyjnej w mediach elektronicznych na przykładzie konfliktu rosyjsko-ukraińskiego (2014–2016)*. „Horyzonty Polityki”. T. 7/2016, nr 20, s. 36.

publiczną, którego celem jest modyfikacja dotychczasowych lub wywołanie pożądanych zachowań, a wskutek intoksykacji propagandowej kształtowanie postaw. Takie ujęcie znalazło zastosowanie w części pierwszej – teoretycznej książki. Z kolei ujęcie politologiczne, w którym propagandę określać można jako narzędzie oddziaływania na opinię publiczną, wykorzystano do analizy studiów przypadków zaprezentowanych w części drugiej monografii.

## 1.2. System propagandowy

Pomocne w rozważaniach na temat systemu propagandowego będą poniższe ustalenia definicyjne. Podstawową kategorią pojęciową jest dysponent propagandowy rozumiany jako podmiot dysponujący narzędziami oddziaływania propagandowego. Do grona dysponentów propagandowych zaliczam zatem aktorów społeczno-politycznych zinstytucjonalizowanych i niezinstytucjonalizowanych (na przykład społeczeństwo obywatelskie). Dysponent propagandowy jest więc podmiotem systemu propagandowego, który przy użyciu elementów systemu propagandowego (stosowanych łącznie lub rozłącznie), tj. środków masowego przekazu, polityki edukacyjnej, polityki kulturalnej i historycznej, prowadzi działania z zakresu wywierania wpływu społecznego. Istotną kategorią pojęciową jest też ideologia, która – jak pisze B. Dobek-Ostrowska – ma bliski związek z propagandą i dzięki temu ułatwia kategoryzowanie propagandy, reklamy politycznej czy też komunikowania politycznego w zależności od obowiązującego systemu politycznego<sup>13</sup>. Tak konceptualizowany system propagandowy stanowi zbiór obejmujący system komunikowania masowego/medialnego<sup>14</sup>, system komunikowania politycznego i system komunikowania publicznego<sup>15</sup>, a także system edukacyjny,

<sup>13</sup> B. DOBEK-OSTROWSKA, J. FRAS, B. OCIEPKA: *Teoria i praktyka propagandy*. Wrocław 1997, s. 47.

<sup>14</sup> Ujęcie modelowe systemów medialnych przedstawiają Daniel Hallin oraz Paolo Mancini, dzieląc je na: liberalny (północnoatlantycki), korporacyjny (północno- i środkowoeuropejski) oraz spolaryzowany pluralizm (południowoeuropejski) zorientowany geograficznie i uwarunkowany historycznie. Zob. D. HALLIN, P. MANCINI: *Systemy medialne: trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*. Tłum. M. LOREK. Kraków 2007. Warto zaznaczyć, że modelowanie zaproponowane przez tych autorów nie obejmuje, jak pisze B. Dobek-Ostrowska, między innymi systemów medialnych w państwach powstałych po rozpadzie tzw. bloku wschodniego. Zob. B. DOBEK-OSTROWSKA: *Współczesne systemy medialne: zewnętrzne ograniczenia rozwoju*. W: *Media masowe na świecie. Modele systemów medialnych i ich dynamika rozwojowa*. Red. B. DOBEK-OSTROWSKA. Wrocław 2011, s. 52–54.

<sup>15</sup> Systemy komunikowania w ujęciu teoretycznym na gruncie polskiej literatury przedmiotu prezentuje m.in. B. Dobek-Ostrowska. Por. B. DOBEK-OSTROWSKA: *Podstawy komunikowania społecznego*. Wrocław 1999, s. 121–155.



politykę kulturalną i historyczną oraz ideologię. Warto również podkreślić, iż w odniesieniu do ideologii należy wskazać również na religię jako jej formę.

Do typologizowania systemów propagandowych w niniejszej monografii odwołuję się do zmodyfikowanej typologii systemów komunikowania masowego autorstwa Osmo Wiio dzielącej systemy komunikowania masowego na otwarte i zamknięte oraz scentralizowane i zdecentralizowane<sup>16</sup>. Na potrzeby dociekań naukowych będących przedmiotem tejże książki rozważyć należy uzupełnienie wspomnianego podziału o dwie nowe kategorie: półotwartą i półzamkniętą. Modyfikacja typologii Wiio uwzględnia rozwój współczesnych technik komunikowania i jej celem jest pełniejsze zobrazowanie warunków, w jakich obecnie funkcjonuje globalna przestrzeń informacyjna.

Cechą charakterystyczną zamkniętych systemów propagandowych jest funkcjonowanie całkowicie scentralizowanego dysponenta propagandowego, który w pełni kontroluje przekaz zarówno ukierunkowany na zewnątrz, jak i do wewnątrz. Przeciwnieństwem systemu zamkniętego jest system otwarty, w którym nie istnieją ideologiczne bariery wejścia do niego, choć ograniczenia mają charakter administracyjny, na przykład w postaci norm prawnych chroniących prawa podstawowe jednostki i prawa człowieka.

Istota rozróżniania systemów otwartych i zamkniętych zasadza się więc na barierach wejścia do systemu. W przypadku systemu zamkniętego jest to całkowicie niemożliwe z uwagi na monopol dysponenta propagandowego w zakresie własności środków masowego przekazu i kontroli nad pozostałymi narzędziami propagandowymi. Klasyczne systemy zamknięte to te, które funkcjonują w państwach totalitarnych, takich jak na przykład Koreańska Republika Ludowo-Demokratyczna. Kategoria półzamkniętych systemów propagandowych odnosi się przede wszystkim do państw charakteryzujących się wysokim poziomem autorytaryzmu systemu politycznego, takich jak Turkmenistan, gdzie ośrodki propagandowe niezależne od państwowego dysponenta propagandowego mogą powstać jedynie za zgodą tegoż ostatniego i są najczęściej efektem pokazowych prób liberalizacji systemu. Kategoria półzamkniętych systemów propagandowych może się przejawiać również kontrolowanym dostępem do przestrzeni informacyjnej. Przykładem takich działań może być wspomniany Turkmenistan, którego władze zezwalały na posiadanie prywatnych anten satelitarnych przez obywateli, dzięki czemu mieli oni możliwość dostępu do rosyjskich i tureckich telewizyjnych kanałów satelitarnych, a w rejonach przygranicznych również do uzbeckich, kazachskich i azerskich. Po kilku latach rozpoczęto jednak akcję likwidacji prywatnych anten satelitarnych pomimo posiadania przez Turkmenistan własnego satelity telekomunikacyjnego oferującego 4 miejscowe kanały radiowe oraz siedem telewizyjnych, w tym serwis dla zagranicy Türkemistan TV<sup>17</sup>.

<sup>16</sup> Zob. B. DOBEK-OSTROWSKA, J. FRAS, B. OCIEPKA: *Teoria i praktyka propagandy...*, s. 49–57.

<sup>17</sup> Por. <https://telecom.tm/onlinetv#> [dostęp: 22.08.2018].

System półzamknięty występuje również w Chińskiej Republice Ludowej i charakteryzuje się kontrolą instytucjonalną nad propagandą i systemem medialnym, włącznie z nadzorem cenzorskim nad treściami dystrybuowanymi w sieci internetowej. Przy zastosowaniu rozwiązań technologicznych w postaci Virtual Private Network (VPN) możliwe jest jednak korzystanie z internetu w wymiarze szerszym niż ten oferowany przez państwowe spółki telekomunikacyjne. W systemie propagandowym Chińskiej Republiki Ludowej nie sposób także nie odnieść się do przypadków Specjalnych Regionów Autonomicznych – Hong Kongu oraz Makao, których obywatele na mocy umów międzynarodowych mają zagwarantowane prawa jednostkowe, w tym polityczne, a kontrola nad treściami internetowymi przybiera odmienny wymiar od tego spotykanego na kontynencie. Swoboda ta nie jest jednak całkowita jak w przypadku systemów otwartych.

Systemy półotwarte to takie, w których wola dysponenta propagandowego jest kluczowym elementem systemu, lecz dopuszcza się w nim istnienie niezależnych od siebie ośrodków propagandowych, przy czym o bardzo ograniczonym zasięgu technicznym, a przede wszystkim społecznym. Istotnym czynnikiem jest tutaj również popularność konkretnych rodzajów źródeł informacji<sup>18</sup>. Do systemów półotwartych zaliczyć można między innymi Federację Rosyjską, Naddniestrzańską Republikę Mołdawską oraz Turcję, ale zaznaczyć należy, iż swoboda funkcjonowania ośrodków propagandowych niezależnych od władz jest sukcesywnie ograniczana metodami administracyjnymi lub też represjami wobec wydawców. Podstawowe działania o charakterze ograniczającym są jednak podejmowane przede wszystkim w stosunku do dziennikarzy jako podmiotów tworzących treści udostępniane w środkach masowego przekazu.

Systemy otwarte to z kolei rozwiązania, które stanowią całkowite przeciwieństwo systemów zamkniętych, a jedyną barierą wejścia są kwestie merkantylne, choć biorąc pod uwagę rozwój nowoczesnych technologii informatycznych i telekomunikacyjnych, uruchomienie medium bazującego na infrastrukturze internetowej nie nastręcza zbyt wielu trudności natury ekonomicznej, zwłaszcza w dobie mediów społecznościowych umożliwiających działanie mechanizmów wspierających tworzenie mediów i ich funkcjonowanie, na co pozwala narzędzie do zbiorów sieciowych – *crowdfunding*<sup>19</sup>.

<sup>18</sup> Np. W Federacji Rosyjskiej dla około 60% populacji telewizja pozostaje głównym źródłem informacji o otaczającym świecie, prawie 40% populacji korzysta natomiast przede wszystkim z internetu jako podstawowego źródła, z czego co trzeci odbiorca wykorzystuje w tym celu dostęp mobilny. Szerzej na temat roli internetu w systemie komunikacji masowej w Rosji pisze Jadwiga Rogoża. Zob. J. ROGOŻA: *Internet w Rosji: kolebka społeczeństwa informacyjnego*. Komentarze OSW, 21.03.2012, <https://www.osw.waw.pl/pl/publikacje/komentarze-osw/2012-03-21/internet-w-rosji-kolebka-spolczenstwa-obywatelskiego> [dostęp: 22.08.2018].

<sup>19</sup> Przykładem sukcesu w tej materii jest działanie ukraińskiego kanału telewizyjnego Hromadske.tv, który z internetowego medium znalazł się w ukraińskim eterze, ulegając procesowi konwergencji. Zob. R. RAJCZYK: *Nowoczesne wojny informacyjne*. Warszawa 2016, s. 109.

Tabela 2. Typologia systemów propagandowych

Kategoria	Otwarty	Półotwarty	Półzamknięty	Zamknięty
System polityczny	liberalna demokracja	nieoliberalna demokracja	autorytaryzm	totalitaryzm
Kontent dominujący	epatowanie przemocą; sensacyjność i kontrowersyjność treści; przekraczanie barier etycznych	racja stanu; tzw. wartości narodowe; ograniczenia w epatowaniu przemocą; unormowania w zakresie udziału produkcji krajowej w czasie antenowym w środkach masowego przekazu	racja stanu; może występować syndrom „oblężonej twierdzy”	indoktrynacja
Ochrona przestrzeni informacyjnej	dopuszcza się zewnętrznych dysponentów propagandowych; mogą występować ustawy zwalczające <i>fake news</i>	dopuszcza się zewnętrznych dysponentów propagandowych; mogą występować ustawy zwalczające <i>fake news</i> i obce treści propagandowe	funkcjonowanie nieoficjalnych kanałów informacji	totalna; występowanie tzw. drugiego obiegu propagandowego
Ograniczenia administracyjne	na ogół brak; może istnieć obowiązek dodatkowej rejestracji z uwagi na zagrańniczne finansowania	obowiązek dodatkowej rejestracji z uwagi na zagrańniczne źródła finansowania; mogą występować ograniczenia na przykład w zakresie dostępu do nośników reklamowych w celu utrzymania monopolu głównego dysponenta propagandowego	nadzór i kontrola rozpowszechniania treści;	całkowita kontrola administracyjna
Cele propagandowe	ofensywne; komplementarne	komplementarne; defensywne	ofensywne	defensywne; rzadko ofensywne
Własność środków propagandowych	publiczna; społeczna; prywatna	publiczna; prywatna; społeczna	państwowa; nomenklaturowa struktura hybrydowa z udziałem kapitału prywatnego	państwowa
Charakter	zdecentralizowany	częściowo scentralizowany	scentralizowany	hierarchiczny

cd. tab. 1

Typ społeczeństwa	obywatelskie; informacyjne	informacyjne; obywatelskie rozwijające się	zhierarchizowane	zmilitaryzowane; podział klasowy; społeczeństwo masowe
Przykłady	USA, demokracje liberalne	Federacja Rosyjska, Turcja	Chińska Republika Ludowa, Turkmenistan, państwa Azji Centralnej	Koreańska Republika Ludowo-Demokratyczna

Źródło: Opracowanie własne.

Tworzeniu typologii zwykle towarzyszy występowanie zjawisk określanych jako graniczne lub też wskazywanie przypadków szczególnych. W przypadku systemów propagandowych w grę wchodzi przede wszystkim systemy funkcjonujące w specyficznym środowisku międzynarodowym. Chodzi mianowicie o członkostwo w ponadnarodowych organizacjach rządowych. Takim specyficznym rodzajem organizacji międzynarodowej jest Unia Europejska. Konsekwencją przynależności do Unii Europejskiej jest inkorporacja jej porządku prawnego do krajowego systemu prawnego. Oznacza to między innymi konieczność zapewnienia swobodnego przepływu kapitału i usług. Zmiany zachodzące w systemach propagandowych Rzeczypospolitej Polskiej i Węgier wskazują jednak, że zasady te nie mają charakteru bezwzględnego. W przypadku Węgier modyfikacje dotyczą oligarchizacji własnościowej mediów, w przypadku Polski zaś koncentrują się wokół propozycji repolonizacji mediów. Działania zmierzające w tak zarysowanych kierunkach w obu krajach mają przede wszystkim wydźwięk polityczny i służą realizacji konsolidacyjnej funkcji propagandy<sup>20</sup>. W obu przypadkach systemy występujące w Polsce czy na Węgrzech trudno zaklasyfikować do systemów półotwartych, gdyż kryteria deskryptywne nie korelują ze stanem faktycznym. Można zatem przyjąć, iż występowanie swego rodzaju ograniczeń administracyjnych w postaci na przykład okresowego limitowania dostępu dziennikarzy do budynków publicznych (w Polsce do budynku Sejmu – R.R.) lub też bipolarny podział środków propagandowych na prorządowe oraz antyrządowe na Węgrzech pozwalają umieścić systemy propagandowe polski i węgierski w grupie systemów otwartych, choć endemicznych.

### 1.3. Cele współczesnej propagandy

Rozwój społeczeństwa informacyjnego oraz coraz powszechniejsza globalna wymiana informacji, jak również wymiennosc ról komunikacyjnych i wielokierunkowość oraz wieloaspektowość współczesnej komunikacji, określają cele uprawianej obecnie propagandy, które można podzielić zależnie od typu systemu propagandowego na:

- cele komplementarne,
- cele ofensywne,
- cele defensywne.

<sup>20</sup> Na Węgrzech funkcjonuje Środkowoeuropejska Fundacja Prasy i Mediów, którą tworzy 470 redakcji medialnych będących do tej pory prywatną własnością grupy oligarchów skupionych wokół premiera Viktora Orbana. Media publiczne z kolei znajdują się pod kuratelą Narodowej Rady Mediów. Zob. <http://mediatanacs.hu> [dostęp: 28.11.2018].

Występowanie komplementarnych celów propagandowych zaobserwować można przede wszystkim w półotwartych systemach propagandowych, choć obecne mogą być również w systemach otwartych jako ukierunkowane na publiczność wewnętrzną, których celem jest kształtowanie postaw i zachowań obywateli państwa. Posługując się typologią propagandy uwzględniającą stopień zafałszowania treści, trzeba wskazać, że cele komplementarne dominują w propagandzie czarnej, a przede wszystkim szarej, ich przedmiotem jest bowiem wywoływanie głównie chaosu informacyjnego i wzbudzanie u odbiorców wątpliwości zarówno co do wiarygodności faktów funkcjonujących w obiegu informacyjnym, jak i co do intencji ich nadawców. Tego rodzaju narrację realizuje rosyjski system propagandy zewnętrznej, co przejawia się w postaci działalności międzynarodowego holdingu medialnego Rossija Siewodnia. Pozycjonowanie się wchodzącej w skład holdingu stacji telewizyjnej RT oraz wydawanego, podobnie jak RT, w wielu językach obcych serwisu internetowego Sputnik pozwala na sformułowanie tezy o występowaniu alternatywnej narracji odnoszącej się do otaczającej rzeczywistości. Jej celem nie jest – jak w okresie zimnowojennej rywalizacji propagandowej światowych mocarstw – bezpośrednie przeciwdziałanie, lecz skuteczna próba ukazania odbiorcy komplementarnego fragmentu globalnej cyrkulacji informacyjnej. Towarzyszy temu motyw przewodni RT: *Asking more* (pytać więcej – tłum. R.R.). Z kolei serwis internetowy Sputnik pozycjonuje się pod hasłem: *Sputnik. Telling the untold* (mówienie o niewypowiedzianym – tłum. R.R.)<sup>21</sup>. W obu przypadkach wykorzystuje się tutaj sugestywny mechanizm insynuujący funkcjonowanie innego oblicza świata, które jest nieobecne w środkach masowego przekazu głównego nurtu.

Egzemplifikacją mechanizmu sugerującego funkcjonowanie alternatywnego oblicza świata jest także pojawienie się w przestrzeni dyskursu publicznego sformułowania kwestionującego wiarygodność prasy w ujęciu instytucjonalnym, a także *sensu stricto* w odniesieniu do dziennikarzy. Na popularności, zwłaszcza w dyskursie medialnym i politycznym, zyskują terminy *fake news* oraz *postprawda* używane również przez najbardziej wpływowych polityków światowych, jak na przykład prezydenta USA Donalda Trumpa, komunikującego się w przestrzeni mediów społecznościowych, co nadaje jego komunikatom globalny zasięg.

Ofensywne cele propagandy dominują w przekazie, który występuje zarówno w systemach półotwartych, jak i otwartych. Domeną celów ofensywnych jest przede wszystkim wsparcie lub „sprzedaż” idei albo działań z zakresu polityki zagranicznej<sup>22</sup>. Przedmiotem przekazów propagandowych skoncentrowanych na

<sup>21</sup> [https://sputniknews.com/docs/products/sns\\_arabic\\_exclusives.html](https://sputniknews.com/docs/products/sns_arabic_exclusives.html) [dostęp: 28.11.2018].

<sup>22</sup> Taką inicjatywą jest na przykład chińska koncepcja Nowego Jedwabnego Szlaku, która łączy w sobie wytyczenie nowych tras komunikacyjnych – lądowych i morskich – z Chin do Europy, Azji Centralnej i Afryki, co ma skrócić czas transportu towarów. Oprócz budowy sieci nowych tras komunikacyjnych projekt polityczno-gospodarczy przewodniczącego Chińskiej

osiąganiu celów ofensywnych jest zatem również na przykład promocja turystyczna, która wzmacnia działania, pozycjonując kraj jako atrakcyjny pod tym względem.

Cele defensywne w przekazach propagandowych dotyczą przede wszystkim zapewnienia integralności odbiorców, akcentując działania prowadzone w obszarze codziennego życia wspólnoty. Wskazać tutaj można na zawartość przekazów zarządzanych przez tzw. Państwo Islamskie czy też ogłoszonych w trybie jednostronnym przez Doniecką i Ługańską Republikę Ludową funkcjonujące we wschodniej części Ukrainy. Do obiegu informacyjnego włączane są treści obejmujące takie informacje, jak narodziny dzieci lub też zawieranie małżeństw, a także inne drobne sprawy dotyczące codzienności, jak informacje o imprezach kulturalnych (w Donbasie – R.R.) czy też wiadomości o uruchomieniu targowisk lub elementów infrastruktury technicznej niezbędnej dla poprawy jakości życia mieszkańców. Najogólniej rzecz ujmując, chodzi bowiem o to, by zaprezentować się odbiorcom treści propagandowych jako „normalnie” funkcjonujące „państwo”, które realizuje swoje funkcje względem „obywateli”. Cele defensywne realizowane są najczęściej w zamkniętych systemach propagandowych.

Przekazy o celach komplementarnych pełnią funkcję perswazyjną, ofensywne przede wszystkim mają charakter informacyjny, a cele defensywne służą natomiast integracji odbiorców. Spośród nich wyróżnić należy dychotomiczne publiczności: zewnętrzną i wewnętrzną. Przekazy propagandowe o celach ofensywnych mogą być adresowane do obu tych grup odbiorców, ale treść tych komunikatów nie musi być koniecznie sprofilowana z uwzględnieniem kategorii audytorium. Dotyczy to na przykład promocji zewnętrznej, gdzie najczęściej treści o charakterze ofensywnym adresowane są do publiczności zewnętrznej, a przekazy o defensywnym charakterze natomiast bardziej koncentrują się na odbiorcy wewnętrznym, spełniając przy tym funkcję integracyjną, choć i dla odbiorców zewnętrznych mogą także stanowić źródło informacji oraz realizować funkcję demaskatorską propagandy. Przekazy o celach komplementarnych wykorzystywane są przede wszystkim w realizacji operacji informacyjnych, których zadaniem jest dezinformacja odbiorców zewnętrznych, ale mogą być również stosowane w odniesieniu do publiczności wewnętrznej w przypadku prowadzenia działań z zakresu propagandy politycznej.

W tym miejscu należy także postawić pytanie o korelację pomiędzy typami mediów propagandowych a celami propagandowymi. Problematyka międzynarodowego nadawania programów radiowych i telewizyjnych w erze nowoczesnych technik teleinformacyjnych nabiera zupełnie nowego znaczenia. Emisja zagraniczna treści medialnych sklasyfikowana może zostać w oparciu o trójpodział rodzajowy, którego osią będzie realizowana misja. Zaproponowana przeze

---

Republiki Ludowej Xi Jinpinga ogłoszony w 2013 roku przewiduje również budowę infrastruktury w państwach zlokalizowanych wzdłuż tras Nowego Jedwabnego Szlaku.



mnie typologia, którą zawarłem w monografii *Nowoczesne wojny informacyjne*, opiera się na podziale na: media narracyjne, media ideowe i media propagandowe, co w moim przekonaniu oddaje istotę realizowanych przy ich udziale celów propagandowych<sup>23</sup>. Media narracyjne definiuję jako „środki masowego przekazu, które są ukierunkowane na prezentowanie punktu widzenia swojego dysponenta, właściciela”<sup>24</sup>. Media narracyjne formalnie są pozycjonowane jako dziennikarsko obiektywne, jednak analiza, zwłaszcza warstwy językowej, pozwala na wniosek, iż obiektywizm jest ograniczony ze względu na cel, jakim jest promowanie punktu widzenia dysponenta takich mediów. Przykładem mediów narracyjnych, który podaję we wspomnianej monografii, jest telewizja RT (wcześniej do 2009 roku Russia Today). Media propagandowe mogą nabierać charakteru ideowych lub narracyjnych. Pierwsze ze wskazanych dotyczą tej grupy nadawców, którzy oferują przekazy charakteryzujące się celami ofensywnymi – promocją praw i wolności człowieka, przełamywaniem monopolu informacyjnego (wynika to ze sformułowanej misji ich działalności). Wskazać można na konkretne przykłady nadawców telewizyjnych, jak Deutsche Welle, France 24 czy też rumuńską TVR International. Wymienione stacje telewizyjne funkcjonujące w medialnych systemach otwartych stanowią narzędzia uprawiania dyplomacji publicznej<sup>25</sup>, zwłaszcza w jej odmianie kulturalnej. Z kolei drugi typ mediów propagandowych, o charakterze narracyjnym, ma na celu prowadzenie działań propagandowych w rozumieniu propagandy zewnętrznej, co odzwierciedla potrzebę kreowania pożądanego wizerunku państwa w działaniach polegających na prowadzeniu dyplomacji publicznej.

Cele komplementarne realizowane w obszarze półotwartych systemów propagandowych obecne będą najczęściej w ofercie programowej mediów narracyjnych, takich jak rosyjska RT czy Sputnik. Nowe media jawią się jednak jako narzędzie najbardziej idealne z punktu widzenia efektywności oddziaływania na odbiorcę w realizacji celów komplementarnych, chociażby posługując się tzw. technologią roju. Jest to „konstrukt komunikacyjny stanowiący konglomerat użytkowników o różnym stopniu identyfikacji ideowej oraz poglądach na otaczającą ich rzeczywistość społeczną. Co ważne, użytkownicy ci – przeważnie młodzi ludzie, tzw. pokolenie digitalne – postrzegają nowe media jako wiarygodne źródło informacji pierwotnej. W warunkach kształtującego się światopoglądu ich podatność na oddziaływanie oryginalną formą i treścią może się okazać istotnym atutem dla technologa informacyjnego, którego definiować będziemy jako czynnik sprawczy kreowania strategii komunikowania sieciowego”<sup>26</sup>. Jak zauważa Kazimierz Wóycicki, internet stwarza nowe struktury komunikacji społecznej, tym samym powołując do życia nowe formy oddziaływania perswa-

<sup>23</sup> R. RAJCZYK: *Nowoczesne wojny informacyjne...*, s. 74–84.

<sup>24</sup> Ibidem, s. 75.

<sup>25</sup> Relacją pojęć *propaganda* i *dyplomacja publiczna* zajmę się w rozdziale trzecim.

<sup>26</sup> Ibidem, s. 140–141.



zyjnego. Zdaniem cytowanego badacza jest to między innymi *trolling*, który za pośrednictwem masowego replikowania informacji dąży do zdeorganizowania społeczeństw. Posługuje się przy tym propagandową techniką stereotypizacji rozpowszechnianych treści, które to na dodatek są odpowiednio profilowane z uwzględnieniem zmiennych socjokulturowych.

Z kolei media ideowe popularyzujące uniwersalne wartości humanistyczne oraz demokrację mogą być wykorzystywane do dystrybucji treści propagandowych o celach defensywnych. Funkcjonowanie mediów ideowych możliwe jest jednak wyłącznie w otwartych systemach propagandowych ze względu na ich pluralistyczny charakter.

Paul Waltzławik już w 1984 roku określił cel propagandy jako „całkowite nasycenie ideami propagandowymi osoby tak, aby osoba ta nawet tego nie zauważyła”<sup>27</sup>. Owo nasycenie treściami propagandowymi przebiega obecnie w kilku równoległych wymiarach:

- podmiotowym – nowych uczestników komunikowania,
- globalnym – w odniesieniu do zasięgu oddziaływania propagandowego,
- przedmiotowym – ze względu na cel oddziaływania.

W ujęciu podmiotowym, odnosząc się do nowych uczestników komunikowania, za których przyjmuje się użytkowników sieciowych. Diana Rieger, Lena Frischlish oraz Gary Bente uważają, iż najbardziej podatni na oddziaływanie propagandowe są odbiorcy określani mianem *digital natives*, którzy potrzeby zaspokajane do tej pory przez media tradycyjne realizują praktycznie wyłącznie w świecie wirtualnym, używając mediów społecznościowych oraz przede wszystkim kontentowych<sup>28</sup>. Nicholas O’Shaughnessy podkreśla, że rozwój internetu – w przeciwieństwie do propagandy realizowanej w erze przedinternetowej – uczynił to medium egalitarnym, w którym możliwe stało się precyzyjne dotarcie do wyselekcjonowanych grup odbiorców<sup>29</sup>, między innymi stosując marketing treści dystrybuowanych za pośrednictwem zaawansowanej technologicznie sieci bezpośredniej wymiany plików pomiędzy poszczególnymi użytkownikami<sup>30</sup>. Nicole Matejic wskazuje jako przykład działania prowadzone przez tzw. Państwo Islamskie (określane mianem *Daesh* – R.R.). „Pliki rozsyłane przez Daesh”<sup>31</sup> z pre-

<sup>27</sup> W oryginale: „[...] To totally saturate the person, whom the propaganda wants to lay hold of, with the ideas of the propaganda, without him even noticing that he is being saturated”. Zob. D. RIEGER, L. FRISCHLISH, G. BENTE: *Propaganda 2.0: Psychological effects of right-wing and Islamic extremist internet videos*. Köln 2013, s. 13.

<sup>28</sup> Ibidem, s. 13–14.

<sup>29</sup> N. O’SHAUGHNESSY: *The death and life...*, s. 34.

<sup>30</sup> *Australian Foreign Fighters & Domestic Actors Report 2016*. Info Ops HQ; <http://www.infoopshq.com/downloads/australian-foreign-fighters-domestic-actors-report-2016>, s. 5 [dostęp: 16.08.2018].

<sup>31</sup> Słowo *daesh* pojawiło się w języku polityki i dyplomacji. Użył go m.in. François Hollande po atakach terrorystycznych w Paryżu, a także prezydent Barack Obama w Turcji podczas spotkania państw G20. Samo określenie powstało na terenie Bliskiego Wschodu (w Syrii

cyją pocisków trafiają do wielorakich grup odbiorców, pozostawiając po sobie pustkę informacyjną – brak alternatywnych narracji umacnia ich dominację w sferze przekazu informacyjnego. Przekaz znalazł oddźwięk wśród potencjalnych dżihadystów, ponieważ proponowane połączenie narracji kulturowej, językowej, religijnej i często ekonomicznej budziło uczucia, które rozpały serce wojownika oraz wzmacniały poczucie przynależności do globalnej *ummy* (to arabskie słowo oznacza *wspólnotę*, a konkretnie *wspólnotę wyznawców islamu*). Wśród wszystkich pozostałych – a nawet w przeważającej części świata muzułmańskiego – ten sam przekaz wzbudza poczucie zastraszenia i przerażenia<sup>32</sup>.

Podobne ustalenia badawcze formułuje także Miron Lakomy<sup>33</sup>. Wspomniane Państwo Islamskie pozycjonowało się jako kalifat dla „prawdziwych Muzułmanów”, dlatego też w strategii komunikacyjnej uwzględniono 4 cele, które dalej nazywam osiami narracyjnymi: pozyskiwanie wsparcia, agregacja działań zwolenników, zarządzanie strachem oraz informowanie. Zespół badaczy pod kierunkiem Rafała Zgryziewicza w swoim raporcie na temat między innymi aktywności informacyjnej Daesz podkreśla, że prawie połowa treści publikowanych przez islamistów dotyczyła zagadnień politycznych, blisko 40% problemów społecznych (codziennego życia), a jedynie 14% spraw związanych z dżihadem<sup>34</sup>. Uznać należy w świetle tych badań, że pierwsze 3 osie narracyjne mają charakter ofensywny, czwarta zaś typowo defensywny.

Emocje, które w odbiorcach niewątpliwie wywołuje przekaz tzw. Państwa Islamskiego odnoszący się do sterowania strachem, to podstawa oddziaływania współczesnej propagandy. W literaturze przedmiotu poświęconej teorii propagandy nurt psychologiczny reprezentowany jest przez podejście behawiorystyczne i neobehawiorystyczne. Sprowadza się ono do deskrypcji relacji bodziec – reakcja w różnych jej wymiarach. Podkreśla również rolę środków masowego przekazu jako pośrednika w procesie propagandowym. Teoria mechanistyczna charakteryzuje się jednokierunkowym oddziaływaniem perswazyjnym. Nurt

---

i Iranie) w 2013 roku. Stanowiło odpowiedź negatywnie nastawionych społeczności na ogłoszenie powstania Państwa Islamskiego w czerwcu 2013 roku. W języku arabskim słowo kojarzone jest z określeniami: *głupi*, *małostkowy*, *niepoważny*, *zacořany*, *ciemnogród* oraz *szkodliwy*. Inne znaczenia słowa po arabsku to: *siewca nieporządku*, *ktoś, kto rozgniała coś nogami*, także *osoba, która sieje niezgodę*. Więcej w: <http://www.nowastrategia.org.pl/daesh-pejoratywne-okreslenie-panstwa-islamskiego> <http://www.nowastrategia.org.pl/daesh-pejoratywne-okreslenie-panstwa-islamskie> [dostęp: 18.02.2019].

<sup>32</sup> N. MATEJIC: *Wojny informacyjne: Jak Daesz w zaawansowany sposób wykorzystuje możliwości przekazu*. „Przegląd NATO”; <https://www.nato.int/docu/review/2016/Also-in-2016/wars-media-daesh-communications-solis/PL/index.htm> [dostęp: 16.08.2018].

<sup>33</sup> M. LAKOMY: *One of the Two Good Outcomes: Turning Defeats into Victories in the Islamic State's Flagship Magazine Rumiyaħ*. „Terrorism and Political Violence”. Vol. 31/2018, no. 2; DOI: 10.1080/09546553.2018.1506335.

<sup>34</sup> *Daesh Information Campaign and its Influence. Results of the Study*. Ed. R. ZGRYZIEWICZ. NATO Strategic Communications Centre of Excellence. Riga 2015, s. 31–45.

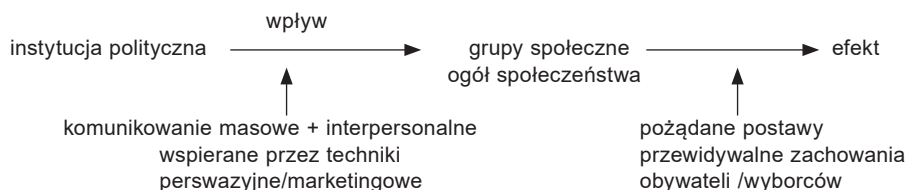
socjologiczny w teorii propagandy z kolei koncentruje się wokół badania stanowiska postaw odbiorców wobec oddziaływania propagandowego, a nurt politologiczny wokół manipulacji świadomością odbiorców, czyli kształtowania opinii publicznej<sup>35</sup>.

#### 1.4. Opinia publiczna jako podmiot oddziaływania propagandowego

Kształtowanie opinii publicznej to oddziaływanie na emocje czy też kreowanie postaw. Działania takie stanowią uniwersalistyczny przedmiot aktywności propagandowej, która urzeczywistnia się poprzez kontrolę dystrybucji informacji, manipulację oraz zarządzanie opinią publiczną. Nowoczesna propaganda jest dialogiem, ale niekonsensualnym. W tej formie komunikowania asymetrycznego efektywność oddziaływania propagandowego jest wprost proporcjonalna do zastosowanych technik. Bogusława Dobek-Ostrowska uważa, że na efektywność propagandy wpływa stosowanie metod marketingu<sup>36</sup>. Współcześnie bowiem dominują w przestrzeni komunikacyjnej dwa typy propagandy: propaganda społeczna i propaganda polityczna<sup>37</sup>. Pierwsza z nich przebiega w sposób horyzontalny, spontaniczny, niestrukturyzowany oraz niezinstytucjonalizowany i jest w istotnym stopniu wspierana przez kulturę masową. Drugi rodzaj propagandy – polityczna – odnosi się do komunikowania politycznego, które jest przede wszystkim ustrukturyzowane i zinstytucjonalizowane, a także ma zorganizowany charakter.

Poniższa rycina obrazuje model procesu propagandowego dotyczącego propagandy politycznej jako sposobu oddziaływania na opinię publiczną.

Ryc. 1. Model procesu propagandowego



Źródło: B. DOBEK-OSTROWSKA: *Komunikowanie polityczne i publiczne*. Warszawa 2013, s. 203.

<sup>35</sup> B. DOBEK-OSTROWSKA, J. FRAS, B. OCIEPKA: *Teoria i praktyka propagandy...*, s. 24–28.

<sup>36</sup> B. DOBEK-OSTROWSKA: *Komunikowanie polityczne i publiczne...*, s. 209.

<sup>37</sup> Rozróżnienie J. Ellula, które cytuje B. DOBEK-OSTROWSKA: *Komunikowanie...*, s. 219.

Istotnym czynnikiem obu wskazanych rodzajów propagandy jest opinia publiczna. Ewa Nowak przywołuje definicję terminu *opinia publiczna* autorstwa Stanisława Kuśmierskiego, który postrzega ją jako „wielowymiarowy, podlegający nieustannym zmianom model interakcji, a nawet swego rodzaju fenomen, którego zróżnicowane aspekty są złożone z przyczynowo powiązanych elementów, tj. organiczny proces, a nie stan zgody co do pewnej kwestii w danym dniu”<sup>38</sup>. Bogusława Dobek-Ostrowska wskazuje opinię publiczną jako odbiorcę działań propagandowych, pisząc, iż te są zinstytucjonalizowanym procesem, w którym nadawcą jest zawsze jakaś instytucja bądź organizacja, odbiorcą zaś grupa społeczna, (Dobek-Ostrowska mianem tym określa grupę docelową, naród lub społeczność międzynarodową)<sup>39</sup>. Ewa Nowak za Irvingiem Crespim wskazuje na 3 elementy konstytutywne dla opinii publicznej: interakcje pomiędzy jednostkami a ich środowiskiem, komunikację z kolektywem i legitymację polityczną wynikającą z siły kolektywnej<sup>40</sup>. Owa *collective force* zmienia się w *social force* pod wpływem komunikacji za sprawą środków masowego przekazu, a w ostatnich latach coraz częściej także za sprawą nowych mediów, które stają się podstawowym narzędziem formułowania opinii niezbędnej do zmobilizowania jej zwolenników, najpierw w przestrzeni sieciowej, a następnie niejednokrotnie również w przestrzeni realnej<sup>41</sup>. Winfried Schulz wskazuje na znaczenie opinii publicznej wyrażanej przez obywateli będących podmiotem zbiorowym uczestniczącym w określonym procesie podejmowania decyzji politycznych oraz udzielającym legitymizacji politycznej. Obywatele w drodze udziału w procesach politycznych artykułują w formie opinii i argumentów określone poglądy, biorą ponadto udział w wymianie poglądów pomiędzy sobą, aby osiągać konsensusy albo – jak pisze Schulz – „choćby osiągać decyzje większościowe w drodze dyskusji i wzajemnego przekonywania, poprzez rozważenie rozmaitych za i przeciw. Celem jest wywołanie w procesie komunikacji politycznej takich decyzji, które cechuje wyważony racjonalizm”<sup>42</sup>.

Według Stanisława Michalczyka opinia publiczna „powstaje na bazie nieuświadomionego dążenia żyjących w grupach ludzi do uzyskania wspólnego sądu, do osiągnięcia zgodności, którą potrzebują, aby funkcjonować i działać, i która jest konieczna przy decydowaniu”<sup>43</sup>. S. Michalczyk wymienia 3 poziomy

<sup>38</sup> E. NOWAK: *Plebiscytyzacja polityki – media i opinia publiczna jako źródła legitymizacji władzy*. W: *Władza i przywództwo polityczne w demokracji*. Red. E. NOWAK, D. LITWIN-LEWANDOWSKA. Lublin 2010, s. 45.

<sup>39</sup> B. DOBEK-OSTROWSKA: *Porozumienie czy konflikt? politycy, media i obywatele w komunikowaniu politycznym*. Warszawa – Bielsko-Biała 2009, s. 105.

<sup>40</sup> Ibidem.

<sup>41</sup> M. MAJOREK: *Anarchizm 2.0. Ideologia i praktyka w dobie nowych mediów*. Kraków 2017, s. 163 i nast.

<sup>42</sup> W. SCHULZ: *Komunikowanie polityczne. Koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce*. Tłum. A. KOŻUCH. Kraków 2006, s. 61.

<sup>43</sup> S. MICHALCZYK: *Spółczesność medialna. Studia z teorii komunikowania masowego*. Katowice 2008, s. 215.

opinii publicznej, które uznać można za jej rodzaje: interpersonalna (spotkaniowa i spontaniczna), tematyczno-zgromadzeniowa (podczas zgromadzeń publicznych i zebrań tematycznych) oraz medialna, która ma najbardziej trwały charakter<sup>44</sup>. Badacz ten przytacza również jeden z podziałów dychotomicznych na opinię pasywną i aktywną. Pierwsza z nich wiąże się z biernym udziałem obywatela w procesie politycznym, aktywna często natomiast ma związek z instytucjonalną formą uczestnictwa w życiu politycznym. Michalczyk wspomina także koncepcje „obywatelskiej opinii publicznej” Jürgena Habermasa będącej siecią komunikacyjnych powiązań międzyludzkich i przejawem „społeczeństwa otwartego z dostępem ludzi do sfery publicznej” oraz teorię Niklasa Luhmana, który wykorzystywał pojęcie tenoru medialnego, czyli *de facto* wpływu mediów na opinię publiczną<sup>45</sup>, która – jak wskazuje Stanisław Kuśmierski – pełni funkcje: integrującą, konsultatywną i kontrolną<sup>46</sup>.

Opinia publiczna, stając się podmiotem oddziaływania propagandowego, może ulegać dwojakim wpływom. Pierwszym jest twierdzenie wynikające z koncepcji *spiralii milczenia* Elizabeth Noelle-Neumann, że opinia społeczeństwa jest ujednolicona i stanowi pochodną osądów o opinii wyrażanych przez większość, te osądy zaś są w części kształtowane za sprawą mediów masowych<sup>47</sup>. Drugim jest teza, iż opinia publiczna stanowi osądy będące projekcjami własnych opinii. W. Schulz definiuje to zjawisko jako *postrzeganie lustrzane*, które wynika z potrzeby, jaką wyrażają jednostki poprzez postrzeganie siebie w zgodzie z opinią otoczenia, co prowadzi do walidacji własnej opinii w odniesieniu do opinii otoczenia<sup>48</sup>.

### 1.4.1. Współczesne narzędzia integrujące opinię publiczną

Prezentowane wyżej koncepcje opinii publicznej odnoszą się między innymi do sfer prywatnej i publicznej. Jan van Dijk uważa, że w dobie nowych mediów ów tradycyjny podział ulega równoczesnemu zatarciu i przebudowie: „Tradycyjne wspólnoty rozpadają się i są odbudowywane w internetowych wspólnotach i wspólnotach w internecie. Sieci służą do rozprzestrzeniania komunikatów, informacji i zasobów, ale zarazem wzmocniają stare nierówności i tworzą nowe”<sup>49</sup>.

<sup>44</sup> Ibidem, s. 218.

<sup>45</sup> Ibidem, s. 219–221.

<sup>46</sup> S. KUŚMIERSKI: *Świadomość społeczna – opinia publiczna – propaganda*. Warszawa 1987, s. 64.

<sup>47</sup> E. NOELLE-NEUMANN: *Spirala milczenia*. Tłum. J. GILEWICZ. Poznań 2004.

<sup>48</sup> W. SCHULZ: *Komunikowanie polityczne...*, s. 66.

<sup>49</sup> J. VAN DIJK: *Społeczne aspekty nowych mediów. Analiza społeczeństwa sieci*. Tłum. J. KONIECZNY. Warszawa 2010, s. 260.

Zdaniem van Dijka jednostki społeczeństwa sieci ulegają fragmentaryzacji i rozproszaniu, co oznacza, że „gęstość kontaktów i więzi w obrębie tych jednostek jest mniejsza w porównaniu z tradycyjnymi rodzinami, grupami sąsiedzkimi, wspólnotami i organizacjami społeczeństwa masowego. Sieci, które jednostki tworzą dzięki urządzeniom telekomunikacyjnym, są ‘relatywnie spłaszczone i poziome’, nazywa się je heterarchicznymi strukturami społecznymi”<sup>50</sup>. Według van Dijka sieci społeczne są policentryczne, ale jednostka musi wywalczyć swoje miejsce i udowodnić swoją wartość w sieci, bo inaczej może nastąpić izolacja albo i wykluczenie, choć „[...] w odróżnieniu od dyskusji prowadzonych w realnym świecie, w internetowych debatach nie zaobserwowano dążenia do wypracowania jakichkolwiek wniosków”<sup>51</sup>. W procesie komunikacji ważną rolę odgrywa natomiast dysonans poznawczy, który może się pojawiać w sytuacji natłoku przekazów informacyjnych. „Nadmiar informacji prowadzi do osłabienia uwagi. Natłok informacji osłabia skupienie. Chodzi więc o pozyskanie uwagi, a nie informacji, a ci, którzy potrafią odróżnić wartościowe informacje od szumu tła, zyskują siłę. Wydawcy i komentatorzy są bardziej poszukiwani i stanowi to źródło władzy dla tych, którzy potrafią powiedzieć nam, na czym warto skupić uwagę”<sup>52</sup>.

Manuel Castells podkreśla, że ogromną rolę w procesie poznawczym odgrywają emocje, które z jednej strony „niejawnie uaktywniają doświadczenia emocjonalne związane z kwestią, która jest przedmiotem procesu podejmowania decyzji, z drugiej zaś mogą bezpośrednio oddziaływać na ten proces przez pobudzanie podmiotu do podjęcia decyzji zgodnie z własnymi odczuciami. Osąd nie traci swej ważności, ale zazwyczaj ludzie selekcionują informacje w sposób faworyzujący decyzje, które są skłonni podjąć”<sup>53</sup>. Castells wyjaśnia to, korzystając z wyników badań Antonio Damasio, według którego mózg przetwarza wydarzenia na podstawie map – ustalonych sieci powiązań. Same wydarzenia są odwzorowywane w mózgu. „Dzięki łączeniu map z wydarzeniami wiązania neuronowe tworzą doświadczenia emocjonalne poprzez uaktywnianie dwóch ścieżek emocjonalnych definiowanych przez określone neuroprekaźniki: układ dopaminy przekazuje emocje pozytywne, układ noradrenaliny zaś emocje negatywne. Te ścieżki emocjonalne są połączone sieciami z przodomózgowiem, gdzie dochodzi do większości procesów związanych z podejmowaniem decyzji. Nazywamy je markerami somatycznymi i odgrywają one kluczową rolę w łączeniu emocji z sekwencjami wydarzeń”<sup>54</sup>.

<sup>50</sup> Ibidem, s. 56–57.

<sup>51</sup> Ibidem, s. 152.

<sup>52</sup> J.S. NYE: *Soft power. Jak osiągnąć sukces w polityce światowej*. Tłum. J. ZABOROWSKI. Warszawa 2007, s. 144.

<sup>53</sup> M. CASTELLS: *Władza komunikacji*. Tłum. J. JEDLIŃSKI, P. TOMANEK. Warszawa 2013, s. 150.

<sup>54</sup> Ibidem, s. 148.



Do komunikacji mózg i jego receptory postrzegania potrzebują protokołów komunikacyjnych, z których najważniejsze są – jak pisze M. Castells – metafory. „Mózg myśli poprzez metafory, do których ma dostęp dzięki językowi. [...] Metafory są kluczowe dla związków języka (a więc typowego dla ludzi sposobu komunikowania się) z układami mózgu. To za pośrednictwem metafor tworzy się narracje. Narracje składają się z ram będących strukturami narracyjnymi, które odpowiadają strukturom mózgu powstającym w wyniku aktywności mózgu w czasie. [...] Słowa łączą się w języku w pola semantyczne. Odpowiadają one pewnym ramom pojęciowym. Język i umysł, za pośrednictwem strukturyzujących ram, komunikują narracje, które uaktywniają określone układy w mózgu. Metafory strukturyzują komunikację za pomocą określonych skojarzeń między językiem a doświadczeniem na podstawie mapowania mózgowego. Te strukturyzujące ramy [...] są zakorzenione w doświadczeniu i organizacji społecznej, która definiuje role społeczne w ramach danej kultury, a później włączane w układy mózgu. [...] Narracje definiują role społeczne w kontekście społecznym. [...] Większość komunikatów została stworzona wokół metafor, ponieważ jest to sposób uzyskania dostępu do mózgu – za pośrednictwem aktywowania odpowiednich sieci mózgowych, które będą stymulować proces komunikacji”<sup>55</sup>. O emocjach jako narzędziu integrującym opinię publiczną Castells pisze także w konotacji z aktywnością nowych ruchów społecznych odwołujących się do opinii publicznej traktowanej w rozumieniu zbiorowego podmiotu, który mobilizując się wokół określonych idei lub wartości płynących z przekazów propagandowych, może generować zmiany, wpływać na podejmowanie aktywności przez określone instytucje albo też wywoływać protest jako formę oddziaływania społecznego. Pisząc o emocjach zdefiniowanych jako oburzenie, Castells podkreśla ich znaczenie jako motywatora i zarazem „iskry” wywołującej protest. Pisz: „Źródło wezwania okazuje się mniej istotne niż jego wpływ na licznych, niesprecyzowanych odbiorców, którzy reagują emocjonalnie na treść i formę komunikatu. Ogromną siłą dysponują obrazy. YouTube to prawdopodobnie jeden z najpotężniejszych instrumentów mobilizacji społecznej”<sup>56</sup>.

Castells zwraca uwagę na teorię inteligencji emocjonalnej, zgodnie z którą najważniejsze emocje kształtujące zachowania polityczne albo oddziałujące na mobilizację społeczną to: strach (uczucie negatywne) oraz entuzjazm (uczucie pozytywne). Wspomniane emocje kształtują zachowania nastawione na cel i prowadzą do mobilizacji, które zakładane cele pozwala osiągać. Tym samym emocje są skutecznym narzędziem pozwalającym na integrowanie opinii publicznej<sup>57</sup>.

Kolejnym narzędziem, które pełni funkcje integrujące opinię publiczną, jest narracja, którą Marcin Kotras za Wojciechem Bursztą definiuje jako „opowiada-

<sup>55</sup> Ibidem, s. 149–150.

<sup>56</sup> M. CASTELLS: *Sieci oburzenia i nadziei. Ruchy społeczne w erze Internetu*. Tłum. O. SIARA. Warszawa 2013, s. 214.

<sup>57</sup> Ibidem, s. 26.

nie (za pomocą jakiegokolwiek medium, zwłaszcza jednak języka naturalnego) o serii zdarzeń temporalnych w taki sposób, aby ukazać znaczenie i wagę przedstawionej sekwencji – określoną historię albo intrygę narracji”<sup>58</sup>. Narracja, która wiąże się z opowiadaniem historii (*storytelling*), metodologicznie opierającym się na analizie treści tworzonych przez członków danej społeczności, może polegać na badaniu powtarzanych opowieści, które są naturalnym sposobem wymiany doświadczeń albo też przekazem istniejących mitów. Te z kolei odwołują się do tradycji, obyczajów, praktyk i rytuałów, za pomocą których dokonuje się wzmocnienia w jednostkach wartości i norm zachowań sugerujących odwołanie do przeszłości i zarazem jej kontynuację. Poprzez powtarzalność rzeczywistych lub wymyślonych praktyk, jakie mają korzenie w opowieściach, a czasem mitach, kreuje się nowe praktyki, dzięki którym formalizowaniu ulegają aktywności jednostek, z czasem polegające wyłącznie na powtarzalności. Jak pisze Eric Hobsbawm: „W istocie większość sytuacji, w których ludzie występują świadomie jako obywatele, pozostaje związana z symbolami i na poły obrzędowymi praktykami (w rodzaju wyborów powszechnych), których lwia część jest historycznie nowa i w znacznej mierze wymyślona – jak flagi, wizerunki, ceremonie i muzyka”<sup>59</sup>. Hobsbawm podkreśla znaczenie narracji dla wspólnot, które poprzez formalno-symboliczne przekazy kreowały porządek w strukturach społecznych, a także ułatwiały implementowanie zmian społecznych znajdujących odwołanie w przynależności do grup, w których dominowały określone wartości wynikające właśnie z obowiązującej narracji<sup>60</sup>. Tradycję jako kontekst wiązania rytuału z dostępem do prawdy łączy Anthony Giddens, uznając go za wykładnię podziału na dwie grupy ułożone wobec siebie na zasadzie „swoich” i „obcych”. Ten podział stanowi jeden z istotnych wyróżników funkcji integrującej opinii publicznej, która wynika z tożsamości odwołującej się do znanej przeszłości oraz przewidywalnej przyszłości. Oparta na emocjach narracja wiążąca tożsamość wynikającą z przynależności do określonej grupy społecznej z poczuciem bezpieczeństwa, jakie kreują więzi emocjonalne, tworzy praktyki, które wynikają z ideologii, te zaś propagowane są poprzez odpowiednie narracje<sup>61</sup>. Problematyka narracji jako narzędzia integrowania opinii publicznej w dobie nowych mediów podlega znacznej redefinicji, opowiadanie historii podlega bowiem zjawisku konwergencji mediów. Dotychczasowe narzędzia dystrybucji opowieści, które miały charakter pasywny dla odbiorców, stają się

<sup>58</sup> M. KOTRAS: *Praktyki ramowania i przeramowania w dyskursie medialnym dotyczącym Okrągłego Stołu*. „Przegląd Socjologii Jakościowej”. T. 13/2017, nr 3, s. 73. Za: W. BURSZA: *Kotwice pewności. Wojny kulturowe z popnacionalizmem w tle*. Warszawa 2013, s. 245–246.

<sup>59</sup> E. HOBSBAWM: *Wynajdywanie tradycji*. W: *Tradycja wynaleziona*. Red. E. HOBSBAWM, T. RANGER. Kraków 2008, s. 10–13.

<sup>60</sup> Ibidem, s. 18–19.

<sup>61</sup> A. GIDDENS: *Życie w społeczeństwie posttradycyjnym*. W: *Modernizacja refleksyjna*. Red. U. BECK, A. GIDDENS, S. LASH. Warszawa 2009, s. 108 i nast.



interaktywne, pozwalając adresatom na aktywny udział nie tylko w przekazie treści, ale także ich modyfikacji. Henry Jenkins definiuje zjawisko dystrybucji treści jako narrację transmedialną lub opowieść transmedialną (*transmedia storytelling*). Podkreśla, że jest to „wielowątkowa i zróżnicowana historia, która odślaniana jest na różnych platformach medialnych, przy czym każde medium ma swój oddzielny wkład w tworzenie i rozwijanie fikcyjnego świata”<sup>62</sup>. Kultura konwergencji według Jenkinsa ma istotne znaczenie nie tylko dla wzajemnego przenikania się oddziaływania różnych mediów, ale także dla pogłębiania współpracy dla uzyskania efektu integracji, powodując, że tę samą historię opowiadają różne środki przekazu, i to wielokrotnie. Wybór, jaki dostaje odbiorca treści, wywołuje mobilizację do bycia aktywnym w poszukiwaniu informacji oraz zachęca do uczestnictwa w eksploracji rzeczywistości.

Kolejnym narzędziem, za pomocą którego można oddziaływać na funkcję integrującą opinię publiczną, jest ramowanie (*framing*). Pojęcie z zakresu teorii komunikacji wykorzystywane jest głównie w obszarze oddziaływania środków masowego przekazu i roli dziennikarzy jako *gatekeeperów*, której jednak, zdaniem Stephana Russ-Mohla, już nie pełnią wskutek rozwoju technologii komunikacyjnych<sup>63</sup>. Stąd też – jak należy sądzić – emocje dominują obecnie nad znaczeniem faktów, zarówno w propagandzie zewnętrznej – promocji turystycznej, jak i, zdaniem Klausa Brinkbäumera, komunikacji politycznej<sup>64</sup>. M. Castells zwraca z kolei uwagę, iż mechanizmy „przetwarzania informacji, które łączą treść i formułę przekazu z istniejącymi w umyśle ramami (matrycami sieci neuronowych), są uaktywniane przez przekazy tworzone w sferze komunikacji”<sup>65</sup>.

Wnioskując zatem z powyższego, wskazać należy, iż przekazy ramowane tak, aby budziły emocje, uznać należy za najbardziej efektywne. Ramowanie jako przedmiot badań ma charakter interdyscyplinarny, uwzględniając aspekty politologiczne, socjologiczne (badanie ram działania zbiorowego – *collective action frames*) i medioznawcze (analiza schematów interpretacyjnych – *media frames*). Karol Franczak dodaje także do tego obszaru zainteresowanie schematami stosowanymi przez dziennikarzy w konstruowaniu informacji i serwisów informacyjnych<sup>66</sup>. Chodzi zatem także i o analizę dyskursu, czyli wzorów mówienia w przekazach publicznych, oraz o analizę ramowania, czyli analizę

<sup>62</sup> H. JENKINS: *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*. Tłum. M. BERNATOWICZ, M. FILICIAK. Warszawa 2008, s. 260.

<sup>63</sup> S. RUSS-MOHL: *Bots, Lies And Propaganda: The New Misinformation Economy*; <https://en.ejo.ch/latest-stories/bots-lies-and-propaganda-the-new-misinformation-economy> [dostęp: 16.08.2018].

<sup>64</sup> K. BRINKBÄUMER: *Merkel's Challenge. Navigating the Post-Fact Era*. „Der Spiegel”, nr 37/2016 z 10.09.2016; <http://www.spiegel.de/international/germany/opinion-merkel-faces-challenge-in-post-fact-era-a-1111976.html> [dostęp: 16.08.2018].

<sup>65</sup> M. CASTELLS: *Władza komunikacji...*, s. 162.

<sup>66</sup> K. FRANCAK: *Perspektywa framing analysis – oferta analityczna dla badań nad dyskursem?* „Przegląd Socjologiczny”. T. 3/2014, nr 63, s. 137.

schematów interpretacji. Dyskurs publiczny przebiega obecnie w przestrzeni medialnej, zarówno mediów tradycyjnych, jak i nowych mediów. Tetyana Novak-Piasecka przytacza definicję *dyskursu medialnego*, według której są to „zespoły zachowań językowych zrealizowanych w mediach drukowanych lub elektronicznych tworzących wypowiedź/zespoły wypowiedzi o przeznaczeniu publicznym, których treść i forma uwarunkowane są: stanem wiedzy i koncepcjami poznawczymi charakterystycznymi dla danej epoki, określonym rodzajem aktywności ludzkiej (polityka, kultura, działalność społeczna itp.), warunkami komunikacji za pośrednictwem mediów masowych, a także praktycznymi warunkami formułowania wypowiedzi (kto się wypowiada, do kogo, w jakim celu i w jakiej sytuacji)”<sup>67</sup>. K. Franczak uważa bowiem, że „elitom symbolicznym obecnym w mediach zależy na popularyzowaniu własnych poglądów, zjednywaniu odbiorców czy mobilizacji zwolenników (czyli aktywności „motywacyjnej”, typowej dla ruchów społecznych), a liderom i aktywistom działań zbiorowych na uzyskaniu rozgłosu, stałej obecności w środkach masowego przekazu i statusie wiarygodnego źródła informacji (czyli na konstruowaniu ram medialnych, także na swój własny temat)”<sup>68</sup>.

Za narzędzie integrowania opinii publicznej można również uznać teorię agendy autorstwa Maxwella E. McCombsa i Donalda L. Shawa nadającą znaczenia koncepcji *agenda-setting*, *agenda-building* oraz *agenda-framing*. W teorii porządku dnia *gatekeeper* odpowiada za selekcję informacji dostarczanych odbiorcy, uwzględniając zarówno kompetencję komunikacyjną tegoż, jak i jego potrzeby informacyjne skonstruowane w oparciu o profil społeczno-demograficzny oraz obejmujące wymiary: emocjonalny, społeczny i geograficzny. Innymi słowy, celem jest zaspokojenie potrzeb informacyjnych poprzez zastosowanie odpowiednich filtrów z elementami sensacyjności, które służyć mają między innymi angażowaniu uwagi w myśl zasady *good news is bad news*, przy jednoczesnym zachowaniu wymogów aktualności i użyteczności oraz funkcji kontrolnej, jaką pełni tzw. czwarta władza, czyli środki masowego przekazu. Dzięki temu media masowe kreują rzeczywistość, narzucając odbiorcy agendę i wskazując, o czym ma myśleć. Z kolei w myśl koncepcji *agenda-building* media to jedynie współtwórcy społecznej rzeczywistości. *Framing* w tym kontekście oznacza hierarchizację kontekstów narracyjnych i tym samym ramowanie dyskursu medialnego.

Korelację teorii agendy z kształtowaniem opinii publicznej można skonstatować, używając pojęcia profilowania narracyjnego (które definiuję poniżej). O ile bowiem teoria agend zakłada etyczne aspekty funkcjonowania środków masowego przekazu, to propaganda, oddziałując na przykład na emocje, nie jest zobligowana do rzetelności przekazu. Selekcja informacji, ich hierarchizowanie

<sup>67</sup> T. NOVAK-PIASECKA: *Analiza dyskursu medialnego: lingwistyczna analiza dyskursu programu telewizyjnego America's Got Talent (Ameryka ma talent)*. „Językoznawstwo”, nr 1(5)/2011, s. 114.

<sup>68</sup> K. FRANCAK: *Perspektywa framing analysis...*, s. 137.

i ramowanie uwzględniać powinny aspekt etyczny, gdyż dostarczanie obiektywnych i rzetelnych informacji jest kwintesencją zawodu dziennikarskiego. Ramowanie może być zatem narzędziem wpływu mediów na ich publiczności, ale z uwzględnieniem aspektu moralnego. Tymczasem narracyjne media propagandowe wpisują się w kontekst profilowania treści. Ramowanie w ich przypadku, a w konsekwencji tworzenie agendy, wiąże się z uprzednio zaprojektowaną strategią narracyjną, która realizować ma komplementarne cele propagandowe w oparciu o koncepcję *agenda-building*. Wykorzystanie tej teorii sytuuje media narracyjne jako komplementarne względem mediów głównego nurtu. W dobie nowych mediów natomiast istotnym elementem obiegu informacyjnego jest profilowanie narracyjne rozumiane jako proces ramkowania mający na celu osiąganie komplementarnych, defensywnych i ofensywnych celów propagandowych poprzez stosowanie narracji sprofilowanych pod kątem odbiorcy przekazu propagandowego. Ów proces składa się z następujących etapów:

- identyfikowania celu propagandowego i grup docelowych,
- analizy SWOT celu propagandowego,
- konceptualizowania narracji,
- doboru schematów i klisz narracyjnych dostosowanych do grup docelowych,
- repetycji schematów narracyjnych i ich multiplikowania.

Klisza narracyjna oparta jest najczęściej na dychotomii: „swoj – obcy” czy też „my – oni” i uwzględnia stereotypy oraz mity funkcjonujące jako elementy tradycji wynalezionej (według Hobsbawma) albo też jako komponenty tożsamości (według Giddensa). Przykładem obu wspomnianych teorii jest wykorzystanie między innymi legend miejskich czy teorii spiskowych<sup>69</sup>. Jak pisze Marcin Napiórkowski, nie istnieje obiektywna rzeczywistość, bowiem „[z]awsze znajdujemy się wewnątrz jakiegoś systemu wyobraźni i próbujemy odgadnąć zasady gry, sami zarazem im podlegając. Dlatego też konflikty czy wręcz „wojny wyobraźni”, które będziemy tu opisywać, nie mają charakteru starcia ‘prawdy’ i ‘błędu’”<sup>70</sup>.

Schemat narracyjny jest przekazem skonstruowanym z użyciem wyselekcjonowanych informacji dobranych z uwzględnieniem celu propagandowego i jako taki pełni funkcję integrującą dla opinii publicznej. Przykładem jest tu między innymi tworzenie nowego imaginariusium historycznego<sup>71</sup>. Selektownie

<sup>69</sup> Przykładem wykorzystania klisz narracyjnych jest klip wideo dostępny w sieci internetowej pod tytułem: *Я пыскаў оккынам*. Zob. <https://www.youtube.com/watch?v=XIviwK1MzJs&t=16s> [dostęp: 1.09.2018].

<sup>70</sup> M. NAPIÓRKOWSKI: *Władza wyobraźni. Kto wymyśla, co zdarzyło się wczoraj?* Warszawa 2014, s. 46.

<sup>71</sup> Chodzi tu o zmianę na przykład w dziedzinie symboliki historycznej, kreowanie nowych bohaterów odpowiadających politycznej potrzebie chwili i pomijanie lub selektywne ukazywanie autentycznych uczestników wydarzeń. Istotą tego schematu narracyjnego oddaje najlepiej teza

dobrana informacja może zatem być informacją fałszywą, co potocznie bywa określane mianem *fake news*, ale również i informacją polegającą na prawdzie całkowicie lub częściowo. Schematem narracyjnym mogą być między innymi ujęcia filmowe prezentujące uczestników manifestacji rozchodzących się po jej formalnym rozwiązaniu. W poszczególnych kadrach widać będzie niewiele osób, co jest naturalne na tym etapie manifestacji, ale umieszczenie tytułu materiału: *Uczestnicy manifestacji rozchodzą się do domów* w korelacji z ujęciami obrazującymi ostatnich manifestantów nie będzie wszak przekazem nieprawdziwym, ale odpowiednio sprofilowanym tak, aby odbiorca miał przekonanie o niskiej liczbie protestujących. Innym przykładem może być chociażby podawanie jednostronnej interpretacji faktów bez uwzględniania kontekstu narracyjnego, nawet i w komentarzu redakcyjnym w prasie. Informacja o niewykonaniu wyroków Trybunału Konstytucyjnego w Polsce w odniesieniu tylko do bieżącej sytuacji prawnej bez możliwości porównania tego ze zdarzeniami historycznymi spełnia powyższe kryteria, choć nie jest przekazem rzetelnym, jeśli wziąć pod uwagę metodologię konstrukcji przekazów informacyjnych, która obliuguje autora do osadzenia zawartości w kontekście.

Rodzajem schematu narracyjnego jest schemat narracji angażującej wykorzystywany głównie przez *influencerów*<sup>72</sup>. Nie chodzi tutaj jednak o pojęcie *influencera* znane z teorii marketingu, gdy osoby o ugruntowanej popularności w nowych mediach posługują się *content influence marketingiem*. Bardziej efektywni w dziedzinie propagandowej, choć oczywiście nie propagandy zewnętrznej – promocji turystycznej, będą *influencerzy* skonceptualizowani jako narzędzie wynikające z zasady społecznego dowodu słuszności – liderzy opinii<sup>73</sup>. W tej interpretacji będzie to zatem anonimowa zbiorowość, która personifikuje obiekt oddziaływania propagandowego. Personifikacja ta nie powinna mimo wszystko przybierać formy indywidualnego napiętnowania, ale formę napiętnowania kolektywnego, zindywidualizowanie winy prowadzi bowiem do formułowania się mowy nienawiści, zwłaszcza w nowych mediach, gdzie ograniczenia pod tym względem nie są tak drastyczne, jak w mediach tradycyjnych.

rosyjskiego/radzieckiego historyka Michaiła Pokrowskiego o historii jako polityce uprawianej wstecz.

<sup>72</sup> W interesujący sposób zagadnienie to konceptualizuje Joanna Darczeńska, która takich liderów opinii określa mianem *moderatorów operacji informacyjnych*, odnosząc się do funkcjonowania rosyjskiej propagandy w przestrzeni internetu. Por. J. DARCZEŃSKA: *Diabeł tkwi w szczegółach. Wojna informacyjna w świetle doktryny wojennej Rosji*. Warszawa 2015, s. 12; [https://www.osw.waw.pl/sites/default/files/pw\\_50\\_pl\\_diabel\\_tkwi\\_net.pdf](https://www.osw.waw.pl/sites/default/files/pw_50_pl_diabel_tkwi_net.pdf) [dostęp: 1.09.2018].

<sup>73</sup> Nie należy jednak pomijać *influencerów*, którzy odgrywają rolę tzw. pożytecznych idiotów, promując m.in. autorytarne reżimy. Richard Lawson wskazuje tutaj na brytyjskiego youtubera Louisa Cole'a, który ma blisko 2 mln subskrybentów swojego kanału w popularnym serwisie kontentowym. Zob. R. LAWSON: *YouTube Stars Are Now Being Used for North Korean Propaganda*, 16.08.2016; <https://www.vanityfair.com/culture/2016/08/louis-cole-vlogger-north-korea> [dostęp: 1.09.2018].

Mowa nienawiści może mieć na niektórych odbiorców wpływ mobilizujący do działania, czyli charakteryzować się krótkoterminową skutecznością oddziaływania w operacjach psychologicznych czy w walce informacyjnej, wpływając na zachowania jednostkowe. W odniesieniu jednak do oddziaływania na postawy, które kształtują się w dłuższej perspektywie czasowej, personifikacja kolektywna wyrażona retoryką na przykład antyimigracyjną oddziaływać może na zmianę postaw wskutek mobilizacji społecznej<sup>74</sup>.

Istotnym elementem schematu narracji angażującej jest również manipulowanie poczuciem winy u odbiorcy. W takim przypadku inaczej konceptualizowana jest wiarygodność nadawcy. Przy zastosowaniu manipulowania winą należy odwołać się do zasady autorytetu. Mowa tutaj na przykład o kampaniach społecznych aktywizujących odbiorców między innymi w dziedzinie ochrony przyrody. Wina ta musi być spersonifikowana, ale nie spersonalizowana indywidualnie, dzięki czemu wpływa aktywizująco na jednostki.

### 1.4.2. Propaganda jako narzędzie aktywizacji społecznej

Narracja, o której mowa powyżej, jest zatem pewnego rodzaju opowieścią w znaczeniu marketingu narracyjnego, rozumianego tradycyjnie jako jednostronny przekaz, którego celem jest wywarcie wpływu poprzez skłonienie jednostki do określonego zachowania. W odróżnieniu jednak od marketingu narracyjnego narracja w propagandzie – podobnie jak i sama propaganda – pełni między innymi funkcję integracyjną. Dystrybucja treści propagandowych może prowadzić również do formułowania się zachowań grupowych, zwłaszcza w przestrzeni nowych mediów, które z kolei sprzyjają agregacji odbiorców poprzez zwielokrotnianie zasięgu społecznego dystrybuowanych tą drogą przekazów. Nowe media stanowią współczesną agorę – przestrzeń wirtualną umożliwiającą globalną wymianę informacji, w której istniejące idee, jak na przykład anarchizm, odnajdują nową platformę funkcjonowania i rozwoju<sup>75</sup> albo

<sup>74</sup> Tego rodzaju praktyki narracyjne wykorzystywane były przez ugrupowanie Fidesz węgierskiego premiera Victora Orbana, którego partia mobilizowała swoich wyborców wokół haseł dotyczących rzekomego zagrożenia kultury narodowej przez masową imigrację. To zjawisko z kolei posłużyło strategom Fideszu do pozycjonowania opozycji na rynku wyborczym jako zakładników finansowania ze strony miliardera George'a Sorosa, którego to z kolei partia rządząca personifikowała jako główne źródło antywęgierskich wpływów w społeczeństwie i zarzucała mu w kampanii wyborczej próbę zniszczenia węgierskiej suwerenności wskutek napływu muzułmańskich imigrantów.

<sup>75</sup> Marta Majorek pisze, że nowe media stanowią mogą dla anarchizmu narzędzie mobilizacji społecznej. Por. M. MAJOREK: *Anarchizm 2.0...*, s. 163–174.

formują się nowe inicjatywy. Sztandarowym przykładem jest tutaj ruch *Occupy Wall Street*, skupiony między innymi wokół sprzeciwu wobec nierówności społecznych i dominacji sektora bankowego we współczesnej gospodarce<sup>76</sup>. Lauren Copeland, Ariel Hasell i Bruce Bimber wskazują, iż rola otoczenia medialnego nie jest w tym aspekcie kluczowa, podobnie jak i dla organizacji na przykład pozarządowych, które jak dotąd w naturalny niejako sposób agregowały ludzi wokół istotnych problemów społecznych<sup>77</sup>. Jednak nowe media, zwłaszcza serwisy społecznościowe, poprzez swoje użytkowości stanowią naturalne środowisko nie tylko do promowania idei lub wartości, wokół których agregują się użytkownicy, ale pozwalają także na funkcjonowanie swoistych zamkniętych kolektywów wykorzystujących podzielane poglądy, aby wokół nich budować społeczności wirtualne. Jak pisze Grażyna Piechota, odwołując się do pracy Cassa R. Sunsteina, tworzenie kolektywów o ograniczonej inkluzywności prowadzi do zjawiska powstawania spolaryzowanych grup (*group polarization*), które można zdefiniować jako grupy, które powstają w wyniku dyskursów wpływających na radykalizację poglądów jednostek, co skutkuje określonymi wyborami. W przestrzeni sieciowej zjawisko to przybiera postać *cyberpolaryzacji*, która w sieci jest zjawiskiem realnym<sup>78</sup>. Polaryzowanie grup, jak twierdzi G. Piechota, jest efektem trzech procesów: „Po pierwsze, używania w dyskusji przekonujących argumentów i informacji, jakie są przekazywane podczas interakcji sieciowych. Jak wskazuje Sunstein, jeśli większość ludzi, z którymi jednostka się kontaktuje, w wyniku dyskusji grupowej przedstawia określone argumenty, ich liczba i kierunek w komunikacji, jaki wyznaczają, zostaną uznane za przekonujące, określając tym samym stanowisko, jakie prezentuje grupa, jako całość. Po drugie, reputacja staje się kryterium wyznaczającym wartość jednostki w grupie. Ludzie troszczą się o swoją reputację, chcą być postrzegani pozytywnie przez innych członków grupy, a także pozytywnie oceniać samych siebie – gdy usłyszą, co inni sądzą, często dostosowują swoją pozycję do dominującego stanowiska. Bazując na koncepcji „spirali milczenia” (*spiral of silence*), Elisabeth Noell-Neumann wskazała, że osoby z niższą pozycją w grupie, prezentujące odmienne poglądy, czasem radykalne, zazwyczaj milczą. Mogą jednak, wykorzystując efekt reputacji, oddziaływać na grupę, radykalizując jej stanowisko. Wreszcie po trzecie, Sunstein wskazuje na korelację trzech cech, jak zaufanie, ekstremizm i potwierdzenie, jako tych elementów, które występują wspólnie w procesie oddziaływania na

<sup>76</sup> <http://occupywallst.org> [dostęp: 28.08.2018]. Ruch ten komunikował swoje cele i działania przede wszystkim poprzez platformę blogową Tumblr. Więcej na ten temat w: M. CASTELLS: *Społeczeństwo sieci*. Tłum. M. MARODY. Warszawa 2010, s. 169–186.

<sup>77</sup> L. COPELAND, A. HASELL, B. BIMBER: *Collective Action Frames, Advocacy Organizations, and Protests Over Same-Sex Marriage*. „International Journal of Communication”, no. 10/2016, s. 3785.

<sup>78</sup> G. PIECHOTA: *Pomiędzy happeningiem a zmianą. Znaczenie komunikacji sieciowej w protestach społeczno-politycznych*. Kraków 2018, s. 161–162.



jednostkę. Jednostka, zyskując zaufanie, staje się bardziej ekstremalna w swoich przekonaniach, co wcale nie musi prowadzić do radykalizmów, jednocześnie poprzez potwierdzanie (realizowane stwierdzeniem „ludzie tacy jak ty”) umacnia się w swoich przekonaniach i praktykach społecznych oraz komunikacyjnych<sup>79</sup>. Cyberpolaryzacja prowadzi zatem do kreacji enklaw deliberacji (*enclave deliberation*) funkcjonujących jako wyizolowane grupy, w których ludzie myślą podobnie i mówią do siebie nawzajem. Teoria cyberpolaryzacji Sunsteina bazuje na rozważaniach Michela Maffesolego o trybalizmie, który w sieci przybiera postać tworzonych nowoplemion, w których dominuje rytuał rozumiany jako powtarzalność, znaczenie mają emocje jako czynnik spajający grupę oraz niwelowane jest poczucie osamotnienia poprzez nakazanie poszukiwania podobnych sobie, co w dalszej kolejności wpływa na uzewnętrznianie poglądów<sup>80</sup>.

Kreacja wirtualnych społeczności może stanowić wyraz działań zamierzonych oraz celowych. W odniesieniu do interpretacji treści propagandowych wpływających na użytkowników nowych mediów ewentualne ruchy społeczne powstałe wskutek oddziaływania tychże treści noszą znamiona manipulacji i nie charakteryzują się spontanicznością<sup>81</sup>. W tym ujęciu będą to raczej wspólnoty wirtualne, choć teoria zachowania zbiorowego traktuje ruchy społeczne jako emocjonalne bądź irracjonalne wybuchy zbiorowego działania. Odmienne problem ten ujmuje teoria mobilizacji zasobów, która – jak pisze Leah A. Lievrouw – określa je jako „racjonalne, zbiorowe inicjatywy, w których uczestnicy świadomie i strategicznie podejmują działania mające na celu wyrażenie niezadowolenia bądź złożenia skargi, określenie i zgromadzenie zasobów materialnych i kulturowych, zorganizowanie hierarchii i przyjęcie taktyki, która umożliwi realizację celów, zazwyczaj za pośrednictwem istniejących kanałów instytucjonalnych, a nie przez zburzenie i eliminację tych kanałów”<sup>82</sup>. Kanały komunikacji widziane są tutaj między innymi jako zasoby do pozyskiwania wsparcia. Przykładem będzie więc ruch protestu, który miał miejsce w Kijowie od 21 listopada 2013 roku do 21 lutego 2014 roku na miejscowym placu Niepodległości, w publicystyce określany mianem „Rewolucji Godności”<sup>83</sup>.

<sup>79</sup> Ibidem, s. 162.

<sup>80</sup> M. MOLENDĄ-ZDZIECH: *Czas celebrytów. Mediatyzacja życia publicznego*. Warszawa 2013, s. 86–88.

<sup>81</sup> 93% informacji dotyczących szczepień w serwisie Twitter w latach 2014–2017 pochodziło z profili zarządzanych przez rosyjskie trolle internetowe i automatyczne kreatory treści zwane botami. Szerzej na ten temat piszą: D. BRONIATOWSKI, A. JAMISON, S. QI, L. ALKULAIB, T. CHEN, A. BENTON, S. QUINN, M. DREDZE: *Weaponized Health Communication: Twitter Bots and Russian Trolls Amplify the Vaccine Debate*; <https://ajph.aphapublications.org/doi/pdf/10.2105/AJPH.2018.304567> [dostęp: 30.08.2018].

<sup>82</sup> L. LIEVROUW: *Media alternatywne i zaangażowanie społeczne*. Tłum. M. KLIMOWICZ. Warszawa 2012, s. 192–193.

<sup>83</sup> Szerzej na temat wykorzystania mediów społecznościowych w protestach politycznych piszą Grażyna Piechota i Robert Rajczyk. Zob. G. PIECHOTA, R. RAJCZYK: *Media społecznościowe*

Biorąc pod uwagę problematykę sterowalności wspólnot wirtualnych w celu osiągnięcia celów propagandowych, czyli aktywizowania wirtualnych społeczności do działania, wykorzystuje się metody charakterystyczne dla tworzenia się nowych ruchów społecznych. Wspomniana już L. Lievrouw pisze o: „heterogenicznych, zdecentralizowanych lub ‘przypominających rój’ strukturach sieci ruchów, wykorzystaniu cyfrowych technologii medialnych do tworzenia, utrzymywania i reorganizacji połączeń sieciowych w ramach luźno połączonych grup uczestników ruchu, norm i zasad solidarności, które jednoczą uczestników ruchu i ogół społeczeństwa, a także na zasadniczo kulturowych i indywidualnych cechach ruchów”<sup>84</sup>. Teoria nowych ruchów społecznych „podkreśla poczucie osobistego zaangażowania, kwestie tożsamości i kreatywności wśród aktywistów ruchu, którzy coraz częściej mają dobre wykształcenie, są inteligentami – kreatywnymi ‘pracownikami wiedzy’, podczas gdy wcześniej uczestnicy ruchów wywodzili się z tradycyjnych środowisk klasy robotniczej lub z grup marginalizowanych”<sup>85</sup>. W odniesieniu do nowych ruchów społecznych mobilizacja odbywa się poprzez: „podkreślanie zbiorowej tożsamości, wspólnych wartości i poczucia przynależności wśród ludzi funkcjonujących w rozproszonych, zdecentralizowanych sieciach społecznych i obywatelskich”<sup>86</sup>. Chodzi bowiem o utrzymywanie poczucia, że uczestnictwo w ruchu jest długoterminowym zobowiązaniem lub stylem życia. Mobilizację traktuje się „jako proces sporadyczny i rozpoczynający się zawsze od nowa, a nie trwający przez dłuższy czas, o charakterze raczej symbolicznym lub narracyjnym, a nie materialnym, motywowanym normami, kwestiami tożsamości i solidarności, a nie konkretnymi skargami czy organizacją ruchu, a także jako proces silnie związany z korzystaniem z nowych technologii medialnych i informacyjnych”<sup>87</sup>. Reasumując, należy się zgodzić z opinią L. Lievrouw, iż media mają potencjał sprawowania przywództwa i kształtowania opinii w teorii zachowania zbiorowego.

W teorii mobilizacji zasobów media wykorzystuje się do rozpowszechniania informacji i przekonywania odbiorców. W teorii nowych ruchów społecznych służą do wpływania na debatę publiczną i sposób postrzegania. W tym kontekście trzeba jednak przede wszystkim uwzględnić także i nowe media, które – jak zaznaczono wcześniej – mogą być sterowane i profilowane pod względem narracyjnym zarówno w odniesieniu do zasady społecznego dowodu słuszności, jak i odwołując się do klisz narracyjnych<sup>88</sup>. Z kolei Manuel Castells, który wprost

w protestach politycznych na przykładzie ukraińskiej rewolucji godności. W: *Komunikowanie społeczne w dobie nowych mediów*. Red. D. PIONTEK, S. OSSOWSKI. Poznań 2017, s. 21–34.

<sup>84</sup> L. LIEVROUW: *Media alternatywne i zaangażowanie społeczne...*, s. 194.

<sup>85</sup> Ibidem, s. 193.

<sup>86</sup> Ibidem, s. 196.

<sup>87</sup> Ibidem, s. 197.

<sup>88</sup> Anna Mierzyńska zidentyfikowała 23 portale internetowe, które wpływają na kształt debaty medialnej w Polsce. Por. A. MIERZYŃSKA: *Rosyjską propagandę szerzą polskie portale*.



wiąże aktywizację ruchów społecznych w XXI wieku z procesami komunikowania sieciowego, uznając je za paradygmat tegoż społeczeństwa. Jednocześnie podkreśla, że emocje (te same, o których wspomniano wcześniej, uznając je za czynnik integrowania społeczeństwa – R.R.) są używane w uruchamianiu działań zbiorowych. Jak pisze Castells: „Złość wzrasta, gdy człowiek dostrzega niesprawiedliwość i identyfikuje odpowiedzialny za nią czynnik. Strach wywołuje niepokój, który wiąże się z unikaniem zagrożenia. Aby przezwyciężyć strach, trzeba podzielić się swoimi emocjami z innymi w procesie działania komunikacyjnego. Wówczas do głosu dochodzi złość, która prowadzi do ryzykownych zachowań. Kiedy proces działania komunikacyjnego pociąga za sobą działania zbiorowe i – w konsekwencji – wprowadzenie zmian, pojawia się najsilniejsza pozytywna emocja: entuzjazm, który skutkuje mobilizacją społeczną wokół pewnego celu. [...] Technologia i morfologia tych sieci komunikacyjnych kształtują proces mobilizacji, a w rezultacie zmiany społecznej, zarówno jako proces, jak i jego rezultat”<sup>89</sup>.

---

*Znaleźliśmy 23 takie witryny!* 30.08.2018; <https://oko.press/rosyjska-propagande-szerza-polskie-portale-znalezlismy-23-takie-witryny> [dostęp: 30.08.2018].

<sup>89</sup> M. CASTELLS: *Sieci oburzenia i nadziei...*, s. 210.

## ROZDZIAŁ 2

# Propaganda jako narzędzie walki informacyjnej

## 2.1. Wojny informacyjne

W poprzednim rozdziale zaprezentowałem ujęcie propagandy w szerokim ujęciu interpretacyjnym. W aspekcie *sensu stricto* propaganda traktowana będzie jako narzędzie prowadzenia operacji informacyjnych i operacji psychologicznych<sup>1</sup>. Wykorzystując typologię przedstawioną w poprzednim rozdziale, w tym poddam analizie możliwości wykorzystania propagandy jako instrumentu kształtowania schematów narracyjnych w celu zarządzania percepcją społeczną aktualnych problemów społeczno-politycznych lub kwestii międzynarodowych, co jest szczególnie istotne w kontekście chińsko-tajwańskiej rywalizacji propagandowej, która odbywa się przede wszystkim w wymiarze międzynarodowym.

Przestrzeń informacyjna jawi się jako pole walki informacyjnej obejmujące przedsięwzięcia między innymi z zakresu dezinformacji i przeciwdziałania propagandzie, czyli komponentów operacji informacyjnych. Jak pisze Marek Wrzosek, Organizacja Paktu Północnoatlantyckiego (NATO) walkę informacyjną określa jako „działania informacyjne prowadzone w okresie kryzysu lub konfliktu zbrojnego, z zamiarem promowania określonego celu politycznego lub wojskowego, w odniesieniu do wskazanego przeciwnika lub przeciwników”<sup>2</sup>. Piotr Sienkiewicz definiuje walkę informacyjną w szerszym ujęciu, traktując ją jako „całokształt działań ofensywnych i defensywnych koniecznych do uzyskania przewagi informacyjnej nad przeciwnikiem i osiągnięcia zamierzonych celów militarnych (politycznych)”<sup>3</sup>. Istotę i techniki walki informacyjnej konceptualizuje w podobny sposób Józef Janczak<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Wzorcowe wręcz przykłady wykorzystania dezinformacji prezentuje praca Anatolija Golicyna. Zob. A. GOLICYN: *Nowe kłamstwa w miejsce starych*. Warszawa 2007 (wydanie polskie).

<sup>2</sup> M. WRZOSEK: *Dezinformacja: skuteczny element walki informacyjnej*. „Zeszyty Naukowe AON”, nr 2 (87)/2012, s. 18.

<sup>3</sup> K. LIEDEL, P. PIASECKA, T. ALEKSANDROWICZ: *Analiza informacji. Teoria i praktyka*. Warszawa 2012, s. 20.

<sup>4</sup> J. JANCZAK: *Zakłócenia informacyjne*. Warszawa 2001, s. 11.

Dla porównania należy również odnotować endemiczne podejście do kwestii wojny informacyjnej, jakie prezentuje Federacja Rosyjska. Co ciekawe, rosyjskie ujęcie problematyki opiera się na wykorzystaniu aparatu pojęciowego obecnego w światowej literaturze poświęconej propagandzie i walce informacyjnej. Strona rosyjska jednak w oparciu o aparat pojęciowy obecny w literaturze światowej buduje własne koncepcje oraz definicje, co – jak zauważa Jolanta Darczevska – skutecznie utrudnia specjalistyczną analitykę ze względu na mylący charakter rosyjskiej terminologii<sup>5</sup>. Yannick Harrel zauważa przy tym, że rosyjska wizja wojny informacyjnej wyraża się zaabsorbowaniem kwestią oddziaływania na społeczeństwo (kraju atakowanego – R.R.) i znaczeniem przypisywanym operacjom psychologicznym. Natomiast, co podkreśla Y. Harrel, amerykańska wizja walki informacyjnej koncentruje się na propagowaniu wartości liberalnych, politycznych i gospodarczych osiąganych wskutek uzyskania dominacji technologicznej. Dlatego też na przykład w dokumencie strategicznym, jakim jest *Doktryna bezpieczeństwa informacyjnego* z 2012 roku, rosyjscy stratedzy definiują wojnę informacyjną w kategoriach geopolityki informacyjnej<sup>6</sup> i traktują jako konfrontację „pomiędzy dwoma lub trzema państwami w przestrzeni informacyjnej w celu uszkodzenia systemów informacyjnych, procesów i zasobów oraz innych struktur krytycznych, osłabiającą systemy polityczne, ekonomiczne i społeczne, przeprowadzenie masowej akcji psychologicznej wobec ludności mającej destabilizować społeczeństwo i państwo oraz wywierać wpływ zmuszający państwo będące na celowniku do podjęcia kroków w interesie przeciwnika”<sup>7</sup>.

### 2.1.1. Narzędzia wojny informacyjnej

Wśród narzędzi walki informacyjnej wymienić należy za Johnem Arguillą i Davidem Ronfeldtem: dyplomację, dezinformację, manipulowanie miejscowymi środkami masowego przekazu oraz infiltrację sieci komputerowych i baz danych<sup>8</sup>. Narzędzia te mogą również służyć prowadzeniu operacji wywierania

<sup>5</sup> J. DARCEWSKA: *Anatomia rosyjskiej wojny informacyjnej. Operacja krymska – studium przypadku*, „Punkt Widzenia”, nr 42/2014, s. 11–12.

<sup>6</sup> Geopolityka informacyjna może być definiowana jako proces osiągania celów państwa w polityce międzynarodowej, regionalnej i wewnętrznej, a także zapewnienia geopolitycznej przewagi przy wykorzystaniu narzędzi walki informacyjnej.

<sup>7</sup> Y. HARREL: *Rosyjska cyberstrategia*. Tłum. B. Losson. Warszawa 2015, s. 118. W najnowszej dostępnej wersji dokumentu z 2016 roku mowa jest jednak tylko o konieczności zapewnienia bezpieczeństwa informacyjnego we wszystkich aspektach. Por. Указ Президента РФ от 5.12.2016 N 646 „Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации”; <http://kremlin.ru/acts/bank/41460> [dostęp: 17.12.2018].

<sup>8</sup> J. JANCZAK: *Zakłócenia informacyjne...*, s. 21.

wpływu społecznego, do których zaliczyć należy operacje psychologiczne. Są one skoncentrowane na oddziaływaniu na tzw. wolę narodową lub też kreują konflikt kulturowy i realizują się między innymi środkami politycznymi, ekonomicznymi oraz tzw. środkami aktywnymi. W terminologii rosyjskiej wojny informacyjnej w skład tych ostatnich wchodzi na przykład działalność agentów wpływu, ale także i działania obejmujące między innymi rekrutację wpływowych jednostek i tajnych współpracowników, budowanie struktur do prowadzenia operacji informacyjnych, korumpowanie, tworzenie organizacji politycznych i pozarządowych oraz ataki finansowe<sup>9</sup>. Adam Lelonek wymienia również w tym zestawie propagandę. Józef Kossecki uważa jednak propagandę za narzędzie walki informacyjnej, której metodą jest manipulacja będąca z kolei specyficznym rodzajem sterowania społecznego<sup>10</sup>. J. Kossecki wskazuje przy tym, że w literaturze zachodniej zamiast sformułowania *walka informacyjna*, stosuje się pojęcie *wojny psychologicznej*. Autor ten przytacza jednocześnie za Paulem Myronem i Anthonym Linebargerem termin *wojna psychologiczna* autorstwa amerykańskiego Komitetu Szefów Sztabów, definiując go jako „planowe stosowanie propagandy oraz pokrewnych środków informacji publicznej w celu wywarcia wpływu na opinię publiczną, uczucia, postawę i zachowanie się nieprzyjaciela oraz innych grup cudzoziemskich, tak, aby pomóc w realizowaniu polityki państwa i jego celów oraz zadań wojskowych”<sup>11</sup>.

Michał Wojnowski ujmuje problematykę wojen informacyjnych, cytując rosyjski dyskurs naukowy, który wyróżnia: operacje informacyjne, psychologiczne i informacyjno-psychologiczne:

- operacje informacyjne to: „kompleks połączonych i skoordynowanych z uwzględnieniem celu, miejsca, czasu i sposobu dokonania przedsięwzięć prowadzonych według jednolitego planu, aby osiągnąć i utrzymać przewagę informacyjną nad stroną przeciwną”<sup>12</sup>;
- operacje psychologiczne: „całokształt różnorodnych form, metod, środków i działań prowadzących do transformacji postaw, poglądów, wartości i motywacji zachowania jednostek ludzkich, organizacji, społeczeństw i narodów poprzez oddziaływanie na ich świadomość i wolę za pomocą środków informacyjno-technicznych oraz informacyjno-psychologicznych”<sup>13</sup>;

<sup>9</sup> A. LEŁONEK: *Wojna informacyjna, operacje informacyjne i psychologiczne: pojęcia, metody i zastosowanie*; [https://capd.pl/images/dokumenty/05PL\\_Lelonek.pdf](https://capd.pl/images/dokumenty/05PL_Lelonek.pdf) [dostęp: 4.09.2018].

<sup>10</sup> J. KOSSECKI: *Elementy wojny informacyjnej*; [http://www.autonom.edu.pl/publikacje/kossecki\\_jozef/elementy\\_wojny\\_informacyjnej-ocr.pdf](http://www.autonom.edu.pl/publikacje/kossecki_jozef/elementy_wojny_informacyjnej-ocr.pdf) [dostęp: 5.09.2018].

<sup>11</sup> Ibidem.

<sup>12</sup> M. WOJNOWSKI: „Zarządzanie refleksyjne” jako paradygmat rosyjskich operacji informacyjno-psychologicznych w XXI w. „Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego”. T. 7/2015, nr 12, s. 12–16.

<sup>13</sup> Ibidem.

- operacje informacyjno-psychologiczne: „metodologia tworzenia i wdrażania kombinacji różnorodnych czynności prowadzących do transformacji obrazu świata, który istnieje w świadomości strony przeciwnej. Konfiguracja tych obrazów kreuje światopogląd, przekonania, ideały i wartości”<sup>14</sup>. Według Andrieja Manojło prowadzi się je między innymi za pomocą środków masowego przekazu z wykorzystaniem wybiórczej selekcji informacji, manipulacji i dezinformacji.

Ostatnią kategorię operacji informacyjno-psychologicznych rosyjscy badacze dla odmiany określają mianem *wojny kognitywnej* lub *wojny o świadomość*, w której głównym zadaniem jest „doprowadzenie do konfrontacji pomiędzy „starym” obrazem świata obecnym w świadomości przeciwnika a jego „nowym” odpowiednikiem, który narzucany stopniowo przez agresora wypiera poprzedni”, oddziałując w ten sposób na strukturę rozumowania człowieka i podejmowanie decyzji skutkujących pożądanymi przez agresora działaniami<sup>15</sup>. Szczegółne spojrzenie na teoretyczny wymiar walki informacyjnej Władimira Lefewra przedstawia M. Wojnowski, podkreślając *zarządzanie refleksyjne*, czyli zastosowanie teorii gier jako paradygmatu działań podejmowanych w ramach konfliktów i wykorzystanie w tym celu między innymi dezinformacji.

W tym miejscu warto zwrócić też uwagę na zjawisko cyberterroryzmu (terroryzmu w cyberprzestrzeni, którą można zdefiniować jako środowisko współistnienia systemów teleinformatycznych oraz jednostki i wzajemnych interakcji pomiędzy tymi elementami – R.R.), które Waldemar Krztoń rozpatruje w ujęciu przestrzeni do prowadzenia działań propagandowych i dezinformacyjnych<sup>16</sup>. Piotr Sienkiewicz z kolei typologizuje cyberterroryzm dychotomicznie, w zależności od podmiotu realizującego, klasyfikując walkę informacyjną wyłącznie jako domenę cyberterroryzmu państwowego<sup>17</sup>. Tego typu klasyfikacja jest zasadna jedynie w przypadku konceptualizowania walki informacyjnej jako użycia informacji i systemów informacyjnych do zniszczenia lub zakłócania systemów informacyjnych i teleinformatycznych przeciwnika, co odpowiada pojęciu *information warfare* i ujęciu omawianej problematyki w kontekście militarnym oraz nauk o bezpieczeństwie. W szerszym natomiast aspekcie trudno zgodzić się z tezą, iż walka informacyjna jest jedynie domeną jednej kategorii podmiotów – państw.

Zaprezentowany powyżej przegląd definicyjnego ujęcia terminów *wojna informacyjna* lub *walka informacyjna* sytuuje je w kontekście konfliktu, wskazując pole do wykorzystania propagandy bazującej na podstawach społecznych, kul-

<sup>14</sup> Ibidem.

<sup>15</sup> Ibidem, s. 16.

<sup>16</sup> W. KRZTOŃ: *Współczesne bezpieczeństwo informacyjne wobec zagrożeń cyberterroryzmem*. W: *Bezpieczeństwo informacyjne w XXI wieku*. Red. M. KUBIAK, S. TOPOLEWSKI. Siedlce–Warszawa 2016, s. 111.

<sup>17</sup> Ibidem, s. 112.

turowych oraz psychologicznych jako narzędzia zarządzania tymże konfliktem. Przyjmując, że termin *wojny* lub *walki informacyjnej* należy do siatki kategorialnej, którą będę dalej wykorzystywał, podkreślam jednocześnie znaczenie odmienności pomiędzy zachodnioeuropejskim rozumieniem takich działań a ich odpowiednikami stosowanymi w Federacji Rosyjskiej, przy czym odwołanie się do odmienności istniejących w Rosji ma charakter wyłącznie informacyjny.

## 2.2. Dezinformacja

W zarysowanej powyżej siatce pojęciowej wąskie ujęcie propagandy pociąga za sobą istnienie konfliktu i jego stron, w tym strony atakującej – agresora. W tym wymiarze celem jest przede wszystkim unieszkodliwienie przeciwnika, zniszczenie jego zasobów informacyjnych lub też uzyskanie przewagi informacyjnej w wymiarze taktycznym, przede wszystkim poprzez używanie dezinformacji<sup>18</sup>. Tomasz Kacała wskazuje, że dezinformacja to informacja fałszywa, kłamliwa lub rzekomo wprowadzająca odbiorcę w błąd tak, aby „dać odbiorcy wiedzę pozorną, beзуżyteczną lub wręcz szkodliwą, która następnie posłuży do podejmowania przez wspomnianego odbiorcę błędnych decyzji, korzystnych z punktu widzenia podmiotu dezinformującego”<sup>19</sup>.

Definiowanie pojęcia *wojny informacyjnej* obecne jest także w pracach Mariana Mazura i Józefa Koniecznego w postaci jakościowej teorii informacji i modelu łańcucha niszczenia. W tym ujęciu istotą jest zakłócenie procesów informacyjnych w społeczeństwie i w następstwie ich przejęcie<sup>20</sup>. Angelika Gronowska-Starzeńska przywołuje w odniesieniu do tych działań typologię J. Kosseckiego, pisząc, że w wypadku ataku informacyjnego „zawsze dochodzi do informowania zniekształconego (transformowania). Ze względu na sposób zniekształcenia informacji możemy mieć do czynienia z informowaniem pozornym (pseudoinformowaniem) lub fałszywym (dezinformacją). Informowanie pozorne (pseudoinformowanie) ma miejsce wówczas, gdy informacje zawarte

<sup>18</sup> Na przykładzie rosyjskich oddziaływań w Szwecji problem ten analizują Martin Kragh i Sebastian Åsberg, wskazując na wyjątkowe połączenie działań z zakresu dyplomacji publicznej z wykorzystywaniem agentów wpływu i dezinformacji w celu utrzymania geopolitycznego *status quo* w regionie północnego Bałtyku. Zob. M. KRAGH, S. ÅSBERG: *Russia's strategy for influence through public diplomacy and active measures: the Swedish case*. „Journal of Strategic Studies”. Vol. 40/2017, no. 6, s. 773–816.

<sup>19</sup> T. KACAŁA: *Dezinformacja i propaganda w kontekście zagrożeń dla bezpieczeństwa państwa*. „Przegląd Prawa Konstytucyjnego”, nr 2 (24)/2015, s. 51.

<sup>20</sup> Szerzej na ten temat pisze Angelika Gronowska-Starzeńska. Zob. A. GRONOWSKA-STARZEŃSKA: *Walka informacyjna – wybrane problemy w ujęciu cybernetycznym*. „Zeszyty Naukowe Akademii Sztuki Wojennej”, nr 4(109)/2017, s. 36–41.

w informacji pierwotnej mają tylko pewne elementy (komunikaty) wspólne. Przy czym może to być informowanie ogólnikowe, czyli pseudoinformowanie dysymulacyjne (np. mówiąc o dwóch osobach zamiast o dziecku i dorosłym) lub informowanie rozwlekłe, czyli pseudoinformowanie symulacyjne, gdy jedną informację pierwotną przetwarza się w dwie lub więcej informacji wtórnych [...]. Z kolei informowanie fałszywe, czyli dezinformowanie, ma miejsce wówczas, gdy komunikaty w informacji pierwotnej i wtórnej są niezupełne”<sup>21</sup>. J. Kossecki wyróżnia kilka rodzajów informowania fałszywego (dezinformowania): „zatajanie, czyli dezinformowanie dysymulacyjne, które ma miejsce wówczas, gdy pewne pierwotne informacje nie są przetwarzane w żaden komunikat należący do informacji wtórnej [...]; zmyślanie, czyli dezinformowanie symulacyjne, które ma miejsce wówczas, gdy informacja wtórna nie powstała na skutek przetworzenia jakiegokolwiek komunikatu zawartego w informacji pierwotnej”<sup>22</sup>.

Według Vladimira Volkoffa istotą dezinformacji jest „wprowadzenie do opinii publicznej (obiegu informacyjnego) odpowiedniego katalizatora zachowań społecznych przy zachowaniu pozorów spontaniczności”<sup>23</sup>. Rozumienie działań dezinformacyjnych przez Volkoffa wiąże się z definiowaniem dezinformacji przez Marka Wrzosa, który uważa, że dezinformacja nie ma jedynie militarnego kontekstu, a jest wykorzystywana praktycznie we wszystkich dziedzinach życia społecznego, również jako narzędzie profilowania narracyjnego<sup>24</sup>.

W przypadku działań dezinformacyjnych należy przede wszystkim zwrócić uwagę na problematykę wiarygodności źródła dezinformacji, czyli wiarygodność dezinformatora oraz pola eksploatacji dezinformacji. Bez wątpienia poziom wiarygodności jest wprost proporcjonalny do efektywności oddziaływania. Istotnym aspektem procesu dezinformowania jest jednak również sam materiał dezinformujący. Aby skutecznie oddziaływać na odbiorców, powinien być uprawdopodobniony, zwłaszcza że współczesny rozwój technik teleinformacyjnych pozwala na szybkie weryfikowanie informacji w czasie rzeczywistym, dlatego

<sup>21</sup> Ibidem, s. 41–42.

<sup>22</sup> Ibidem.

<sup>23</sup> T. KACALA: *Dezinformacja i propaganda...*, s. 52.

<sup>24</sup> M. Wrzosek wskazuje tutaj na logomachię, co można uznać za formę kreowania i narzucania tematów zastępczych w dyskursie publicznym. Por. M. WRZOSEK: *Dezinformacja: skuteczny element walki informacyjnej...*, s. 19. Z kolei Peter Mattis uważa, że dezinformacja może służyć w przypadku tajwańskim do tworzenia fałszywego obrazu funkcjonowania na Tajwanie alternatywnego społeczeństwa sieciowego. Por. P. MATTIS: *Counterintelligence Remains Weakness in Taiwan's Defense*. China Brief. August 17, 2017. In: *2018 Annual Report. US-China Economic and Security Review Commission*; [https://www.uscc.gov/sites/default/files/Annual\\_Report/Chapters/Chapter%203%20Section%203-%20China%20and%20Taiwan\\_0.pdf](https://www.uscc.gov/sites/default/files/Annual_Report/Chapters/Chapter%203%20Section%203-%20China%20and%20Taiwan_0.pdf) [dostęp: 15.11.2018]. Według informacji Narodowego Biura Bezpieczeństwa Tajwan co miesiąc zmaga się z 20 mln cyberataków, przede wszystkim z Chin kontynentalnych. W związku z tym policja utworzyła specjalną jednostkę do zwalczania dezinformacji. Podobny departament odpowiedzialny także za zwalczanie cyberataków utworzył ma tajwańska armia.



uznać należy, iż efektywna dezinformacja winna być dystrybuowana poprzez kanały dostępne dzięki tzw. nowym mediom. Ogromna liczba informacji rozpowszechnianych kanałami istniejącymi w nowych mediach w naturalny sposób ogranicza możliwość sprawnej i pełnej weryfikacji źródła. Metodyka korzystania z zasobów Internetu sprzyja skanowaniu informacji, a nie ich dogłębnej analizie. Zastosowanie również techniki marketingu wirusowego i atrakcyjnej formy wizualnej pozwala na intensywne replikowanie *deep fakes* – tworzonych półautomatycznie przez sztuczną inteligencję z wykorzystaniem uczenia maszynowego mających postać na przykład zmanipulowanego obrazu czy też materiału wideo, w którym wypowiedzi bohaterów są wyrwane z kontekstu lub też zmontowane, ale najczęściej nieprawdziwe<sup>25</sup>.

Budowanie wiarygodności w sieciowo realizowanej dezinformacji przejawia się w działaniach strategicznych, taktycznych i operacyjnych. Ostatnia kategoria odnosi się do odwołań źródłowych, czyli wskazania źródła informacji. Działania takie podyktowane są potrzebą chwili, bazują na domniemaniu wiarygodności ze strony odbiorców, realizowane są *ad hoc* i obliczone na krótkotrwały efekt w postaci skłonienia odbiorcy do multiplikowania przekazu będącego wiarygodnym do czasu jego weryfikacji. Dezinformacja operacyjna ma za zadanie wywołać przede wszystkim chaos informacyjny i przerażenie (czyli oddziaływać na emocje), zwłaszcza iż jednym z jej elementów jest towarzyszący brak możliwości weryfikacji prawdziwości przekazu lub też jego drastyczność. W tym aspekcie wykorzystywana jest głównie plotka i mechanizm jej rozchodzenia się.

Z kolei działania taktyczne odnoszące się do budowania wiarygodności dezinformatora mają postać korelacji pomiędzy szerzoną narracją dezinformacyjną i odpowiadającym jej kontekstem informacyjnym. Wskazać tu należy na tworzenie lub prowadzenie, najczęściej w postaci witryn internetowych, informacji wyrażających sprecyzowane poglądy społeczne i polityczne, do których dopasowuje się treści ideowe. W tym miejscu warto zaznaczyć kwestię podatności odbiorców na oddziaływanie treści, a przede wszystkim funkcjonowanie w tak zwanej bańce informacyjnej, co sprzyja unikaniu zjawiska dysonansu poznawczego. Zresztą mechanizm ten skłania też odbiorców do konsumowania treści odpowiadających ich pogładowi na otaczającą rzeczywistość. Przykładem tak opisanych działań taktycznych będzie formułowanie między innymi teorii spiskowych na gruncie aktualnych problemów społecznych lub też lansowanie tez ideowych odpowiadających mentalności narodowej. Przypadek teorii spiskowych implementowanych do aktualnych problemów społecznych odnosi się do specyfiki węgierskiej. Podczas kampanii wyborczej do parlamentu strona rządowa wiązała kwestię kryzysu imigracyjnego ze świadomą działalnością

<sup>25</sup> Zjawisko *deep fakes* we współczesnym świecie ze szczególnym uwzględnieniem fotografii prezentuje Scot Macdonald. Por. S. MACDONALD: *Propaganda and information warfare in the twenty-first century. Altered images and deception operations*. London–New York 2007.



swoich przeciwników politycznych, inspirowanych i finansowanych rzekomo przez George'a Sorosa<sup>26</sup>. Z kolei lansowanie tez ideowych wykorzystujących stereotypy widoczne jest między innymi także na przykładzie polskim, gdy nacjonalistyczne nastroje lub idee popularyzuje się poprzez portale internetowe poświęcone problematyce prawicowej<sup>27</sup> albo sytuuje się je w kontekście dystrybucji treści patriotycznych. Wspomniany już wcześniej Marek Napiórkowski zaznaczył, iż teorie spiskowe można zestawiać ze zbiorowymi fantazjami, ich interpretowanie zaś odbywa się przez pryzmat intertekstualności, która stanowi mozaikę złożoną z wielu elementów<sup>28</sup>. Gillian Rose podkreśla znaczenie intertekstualności, twierdząc, iż „opisuje ona, w jaki sposób znaczenia dowolnego obrazu czy tekstu [...] zależą nie tylko od konkretnego tekstu czy obrazu, lecz także od znaczeń niesionych przez inne obrazy i teksty”. G. Rose intertekstualność postrzega jako formę dyskursu, wiążąc ją z wizualnością, która sprawia, że określone rzeczy widziane są w specyficzny sposób<sup>29</sup>. Marek Napiórkowski uważa, że kluczowym elementem analizy teorii spiskowych jest odtworzenie właściwego im imaginarium, które realizowane jest „poprzez zestaw obrazów czy klisz, przy użyciu których konstruowany jest model świata i znaczenie w nim przedstawianych wydarzeń. Właściwą metodą wydaje się analiza porównawcza, prowadzona na możliwie szerokim korpusie tekstów, pozwalająca zarówno na badanie powiązań między poszczególnymi tekstami z zakresu teorii spiskowych, jak i na ukazanie relacji łączących teorie spiskowe i inne formy medialnych reprezentacji”<sup>30</sup>.

Strategiczne budowanie wiarygodności dezinformatora odnosi się natomiast do procesu jej fabrykowania. Wymaga to jednak czasu i jest obliczone na wysoką skuteczność w dłuższej perspektywie czasowej. Mowa tutaj o domniemanej wiarygodności lub rzekomej wiarygodności. Tworzy się ją zarówno w przestrzeni nowych mediów, jak i w obszarze mediów tradycyjnych, na przykład drukowanych. W dyskursie wirtualnym przejawia się to między innymi produkowaniem profili w mediach społecznościowych<sup>31</sup>, które mają swoją legendę i żyją „własnym życiem”, tj. funkcjonują w dokładnie taki sam sposób jak konta zwykłych użytkowników. Zyskują one w ten sposób wiarygodność, budując ją na narracji poświęconej zagadnieniom neutralnym lub mało kontrowersyj-

<sup>26</sup> Por. [www.origo.hu](http://www.origo.hu) oraz [www.888.hu](http://www.888.hu) [dostęp: 5.09.2018].

<sup>27</sup> Por. [www.wprawo.pl](http://www.wprawo.pl).

<sup>28</sup> M. NAPIÓRKOWSKI: *Władza wyobraźni. Kto wymyśla, co wydarzyło się wczoraj?* Warszawa 2014, s. 87–88.

<sup>29</sup> G. ROSE: *Interpretacja materiałów wizualnych: krytyczna metodologia badań nad wizualnością*. Tłum. E. KLEKOT. Warszawa 2010, s. 175.

<sup>30</sup> M. NAPIÓRKOWSKI: *Władza wyobraźni...*, s. 88.

<sup>31</sup> Facebook usunął ponad 1,5 mld fałszywych kont w sześć miesięcy, PAP, 18.11.2018; <https://businessinsider.com.pl/technologie/nowe-technologie/facebook-usunal-ponad-15-mld-falszywych-kont-w-szesc-miesiecy/w6xtpm> [dostęp: 20.02.2019].

nym społecznie, do tego stopnia, iż w uwiarygodnianie takiego użytkownika nierzadko włączają się na przykład mainstreamowe media poprzez cytowanie postów<sup>32</sup>.

Innym rodzajem budowania pozornej wiarygodności na gruncie lokalnym może być wydawanie gazet komunalnych przez spółki prawa handlowego zdominowane własnościowo przez organ samorządu terytorialnego w Polsce. „W powszechnym odbiorze informacje o wydawcy zawarte w stopce redakcyjnej wskazują spółkę prawa handlowego, a uzyskanie bardziej szczegółowych danych o wydawcy, trybie powoływania organów spółki wymaga zaangażowania ze strony czytelnika. Taka pozorna wiarygodność oddziałuje na poziom zaufania odbiorcy<sup>33</sup>”. Może się bowiem wydawać odbiorcy treści publikowanych w portalu internetowym albo bezpłatnej – na ogół – gazecie lokalnej, że ma do czynienia z prasowym przedsięwzięciem komercyjnym, zwłaszcza iż w periodykach takich zamieszczane są reklamy podmiotów zewnętrznych. Mogą nimi być między innymi spółki komunalne, które bywają jednocześnie udziałowcami takiegoż przedsięwzięcia biznesowego. Co ciekawe, spółki komunalne przeważnie mają monopolistyczną pozycję na lokalnym rynku, a kupowanie przestrzeni reklamowej w prasie w takiej sytuacji ma dyskusyjną skuteczność marketingową. Najczęściej chodzi jednak o wzajemne wsparcie finansowe spółek komunalnych i transferowanie środków finansowych pomiędzy nimi.

Formą strategicznego aspektu budowania rzekomej wiarygodności jest też narracja oparta na technice „argumentowania przeciwko sobie”. W wymiarze indywidualnych profili w mediach społecznościowych formułowanie owo polega na przykład na zarządzaniu kontami lub prowadzeniu portali internetowych o rozbieżnych identyfikacjach politycznych. Z kolei w wymiarze instytucjonalnym formą tą będzie pozorowanie obiektywnego charakteru periodyku.

<sup>32</sup> Przykładem takiego działania jest funkcjonowanie w serwisie Twitter profilu użytkownika Jenna Abrams z liczbą 70 tys. śledzących. Poza profilem „Jenna Abrams” miała także własną stronę internetową, gdzie udzielała się, blogując, oraz konto poczty elektronicznej. Po zde-maskowaniu jako produktu autorstwa Internet Research Agency z Sankt Petersburga w Rosji – przedsiębiorstwa powiązanego z rosyjskimi władzami, które zarządza blisko 3 tys. kont użytkowników w serwisie Twitter – profil został zablokowany przez operatora serwisu. Zob. <https://twitter.com/account/suspended> [dostęp: 11.09.2018].

<sup>33</sup> W takim wypadku proponuję przyjąć określenie *prasa komunalna*, wskazujące jednak precyzyjnie dysponenta, który może być także wydawcą na przykład lokalnego portalu informacyjnego. Treści w obu przypadkach mogą podlegać przede wszystkim autocenzurze zespołu dziennikarskiego tworzącego periodyk albo też być planowane przy udziale urzędników miejskich odpowiedzialnych za komunikację społeczną, promocję lub też politykę informacyjną. Temat komunikowania lokalnego, w tym prasy komunalnej, na podstawie badań własnych prezentują Patrycja Szostok i Robert Rajczyk. Por. P. SZOSTOK, R. RAJCZYK: *Komunikowanie lokalne w Polsce. O instrumentach polityki komunikacyjnej samorządów*. Katowice 2013, s. 31.

### 2.2.1. Postaci dezinformacji

Warunkiem prowadzenia skutecznych działań propagandowych, w tym dezinformacyjnych, jest efektywne zarządzanie uwagą odbiorcy. Proces ten odbywać się może w dwóch wymiarach: merytorycznym i technologicznym. W pierwszym przypadku chodzi o działania charakterystyczne dla skupiania uwagi odbiorcy w sposób analogiczny do materiałów dziennikarskich<sup>34</sup>. Będą to zatem różne formy konstruowania przekazu i doboru zawartości, które związane są z naturalnymi obszarami zainteresowań koncentrujących się wokół zasięgów: emocjonalnego, społecznego i geograficznego. Mowa tutaj o problematyce dotyczącej spraw bliskich odbiorcy z punktu widzenia emocji (na przykład identyfikacja narodowa czy też relacja emocjonalna z prezentowaną w przekazie lokalizacją lub jego bohaterami), pozycji społecznej (kwestie roli społecznej lub pracy zawodowej) oraz lokalizacji (bliskość geograficzna miejsca prezentowanych wydarzeń). W sensie rzeczowym uwagę odbiorcy koncentruje się poprzez zastosowanie narzędzi dziennikarskich, między innymi w postaci atrakcyjnych i krzykliwych tytułów oraz nagłówków, na przykład w sieci internetowej. Warto również nadmienić, iż różnicuje się treść owego nagłówka ze względu na kategorię odbiorcy, dopasowując go zawartością do jego preferencji, ale i potrzeb informacyjnych. Ten sam materiał zatem może być zatytułowany w zależności od tego, czy odbiorcą jest użytkownik mediów społecznościowych, czy też stały czytelnik serwisu internetowego, albo też internauta korzystający z wyszukiwarki. Owo specyficzne pozycjonowanie ma na celu osiągnięcie odpowiedniego wskaźnika odsłon zwanego potocznie *clickbait*.

Wymiar technologiczny mechanizmu zarządzania uwagą może z kolei przybierać formę sztucznie generowanego ruchu w sieci internetowej określanego mianem *astroturfingu*, w którym wykorzystuje się narzędzia w postaci tzw. *hashtagów*<sup>35</sup>. Inna z metod technologicznego aspektu oddziaływania na uwagę użytkownika sieci internetowej ma związek z masowym produkowaniem kontentu przez wynajętych do tego celu pracowników lub też z systemem automatycznego generowania postów i komentarzy zwanego potocznie *trollingiem*.

<sup>34</sup> Należy jednak zaznaczyć, iż sponsoring materiałów dziennikarskich może być również wykorzystywany jako metoda kształtowania pozornej wiarygodności. Bazuje to na pomijaniu lub zataczeniu informacji o sponsorowanym charakterze materiału dziennikarskiego. W pierwszym przypadku oznacza to włączenie do niego opłaconej i uzgodnionej co do treści rozmowy z ekspertem lub liderem organizacji. Druga możliwość natomiast może przybierać postać – zwłaszcza w prasie komunalnej – kolumn branzowych, w których materiały dziennikarskie obejmujące konkretną problematykę uzupełniane są wypowiedziami przedstawicieli przedsiębiorstw, które zdecydowały się wykupić powierzchnię reklamową w ramach kolumny branzowej.

<sup>35</sup> Szerzej temat prezentuje Ben Nimmo. Zob. B. NIMMO: *Polish Astroturfers Attack... Astroturfing. Coordinated Twitter campaign accuses others of coordination*; <https://medium.com/dfrlab/polish-astroturfers-attack-astroturfing-743cf602200> [dostęp: 12.09.2018].

Robert Szwed zjawisko to definiuje jako zachowanie sieciowe w internecie, które polega na publikowaniu prowokacyjnych komentarzy w celu skłonienia użytkowników do interakcji<sup>36</sup>. Claire Hardaker wyróżnia cztery typy zachowań trolli internetowych: agresję, sukces, zakłócenia i oszustwa. Pierwszy rodzaj obejmuje prowokowanie w dyskusji, drugi oznacza zaangażowanie się w kierowaną przez trolla polemikę zgodną z jego oczekiwaniami, trzeci manipulowanie przez trolla rozmówcą, tak aby atakował w dyskusji wszystkie strony sporu, ostatni typ dotyczy natomiast prowokowania do wywołania konfliktu pomiędzy dyskutantami, w którym istotą nie jest dyskusja, lecz sam konflikt<sup>37</sup>. Wskazać również należy, iż zjawisko trollingu nie jest jedynie fenomenem zarezerwowanym dla działań kierowanych i programowanych na dezinformowanie. Jest też przykrą konsekwencją funkcjonowania w świecie nowych mediów. Emilia Musiał wymienia 7 typów trolli, które potwierdzają tezę o specyficznej przyjemności osobników uprawiających tenże proceder w sieci. Co więcej, odwołując się do badań Erina Buckelsa, autorka ta wskazuje na korelację pomiędzy uprawianiem trollingu a sadyzmem oraz cechami psychopatycznymi występującymi u tego rodzaju użytkowników internetu, przy czym stwierdzono również objawy makiawelizmu u blisko połowy tychże<sup>38</sup>.

Jeśli chodzi o dezinformację, organiczni, czyli niewspomagani użytkownicy trollujący, mogą być o wiele bardziej efektywni przy zastosowaniu technik sterowania społecznego niż trolle kierowani w sposób zorganizowany i zaplanowany przez dysponenta instytucjonalnego. Istotą skuteczności oddziaływania na trollujących spontanicznie użytkowników jest bowiem wykorzystanie ich makiawelicznych skłonności.

Warto również w tym miejscu zwrócić uwagę na modele realizowania trollingu. Podział dychotomiczny dotyczy sposobu uprawiania tego procederu. Można zatem wyróżnić trolling spontaniczny i kierowany. W pierwszym przypadku użytkownicy posiadający osobliwe przymioty psychiczne zaspokajają w ten sposób swoje potrzeby z tego zakresu. Trolling kierowany lub sterowany ma najczęściej postać instytucjonalnego dysponenta i ustrukturyzowaną tematycznie formę. Z kolei biorąc pod uwagę ową formę, zaproponować można różniczenie na modele w zależności od dysponenta. Pierwszy z nich, który można określić mianem pozornej spontaniczności, odnosi się na przykład do modelu wykorzystywanego przez tzw. rosyjskiego dysponenta instytucjonalnego. Chodzi tu przede wszystkim o zarządzanie dezinformacją czy uprawianie propagandy

<sup>36</sup> R. SZWED: *Framing of the Ukraine–Russia conflict in online and social media*. Rīga 2016, s. 54.

<sup>37</sup> C. HARDAKER: *Trolling in asynchronous computer-mediated communication: From user discussions to academic definitions*. „Journal of Politeness Research”, no. 6 (2)/2010, s. 236–237.

<sup>38</sup> E. MUSIAŁ: *Trolling jako przykład zagrożeń informacyjnych w cyberprzestrzeni*. W: *Bezpieczeństwo informacyjne w dyskursie naukowym*. Red. H. BATOROWSKA, E. MUSIAŁ. Kraków 2017, s. 227.

przez zatrudnionych specjalnie w tym celu pracowników podmiotów prawa handlowego<sup>39</sup>. Drugi model, który można określić mianem nadzoru państwowego, realizowany jest w Chińskiej Republice Ludowej. Polega on na zatrudnianiu w szeregach administracji publicznej tzw. analityków opinii, którzy publikują w sieci jako „zwykli obywatele” nie tylko w języku chińskim i zarabiają kwoty przekraczające od 30 do 50% średnie wynagrodzenie w państwie. Szacuje się, że ich liczba przekracza 2 mln osób. Co do istoty mają wolność udziału i komentowania, otrzymują również jednak precyzyjne wytyczne – formułowane przez wydziały ds. komunikacji publicznej władz – jak i gdzie komentować poszczególne problemy dyskutowane w przestrzeni sieci internetowej<sup>40</sup>. Owo ramowanie dyskusji może dotyczyć także problemów, jakie chińskie władze uważają za istotne z punktu widzenia skuteczności sprawowania władzy, na przykład walki z korupcją, i które podlegają sterowanej krytyce, między innymi prasowej<sup>41</sup>.

W prezentowanym powyżej kontekście zwrócić należy również uwagę na model przenikających się ról komunikacyjnych. W tym przypadku chodzi o to, iż urzędnicy zatrudniani do realizowania polityki informacyjnej lub komunikacji społecznej zajmują się prowadzeniem komunikacji sieciowej w imieniu i na rzecz swoich przełożonych, najczęściej lokalnych liderów politycznych. Trolling w wydaniu pracowników urzędów administracji lokalnej koncentruje się na aktywnym zarządzaniu profilami liderów lokalnych, co można uznać za zrozumiałe, o ile owe konta w mediach społecznościowych nie publikują treści dotyczących kampanii wyborczej<sup>42</sup>, oraz na publikowaniu komentarzy

<sup>39</sup> Najbardziej znany przykład dotyczy Internet Research Agency, przedsiębiorstwa zlokalizowanego w okolicach Sankt Petersburga i wykonującego zadania z zakresu dezinformacji i propagandy odpowiadające za kształtowanie w sieci opinii zgodnych z linią strategiczną Federacji Rosyjskiej. Przedsiębiorstwo należy do jednego z rosyjskich oligarchów blisko związanego z władzami rosyjskimi na Kremlu. Szerzej na temat Internet Research Agency zob. w: <https://www.stopfake.org/en/tag/internet-research-agency> [dostęp: 20.09.2018].

<sup>40</sup> Chińscy analitycy opinii działali między innymi podczas protestów społecznych w Hong Kongu (prodemokratycznej tzw. rewolucji parasolek w drugiej połowie 2014 roku) i antychińskich na Tajwanie (tzw. rewolucja słoneczników przez 3 tygodnie wiosną 2014 roku). Armia tzw. 5 mao – określenie dotyczy stawki, jaką za wpis w sieci internetowej płacono ich autorom, kiedy to „analityków” (1 mao to chiński odpowiednik polskich 10 groszy) wykorzystywano do komentowania na forum portalu Weibo, chińskiego odpowiednika Twittera.

<sup>41</sup> Przykładem kontrolowanej krytyki jest bijący rekordy popularności serial sensacyjny pt: *Renmin de mingyi* (tłum. *W imię ludu*), który na jednej z chińskich platform wideo wyświetlono 7,5 mld razy, a produkcję tego 52-odcinkowego serialu wsparła finansowo w dużym stopniu Najwyższa Prokuratura Ludowa. Serial dotyczy walki organów ścigania w autorytarnym państwie z wszechobecną korupcją. Z kolei szerzej na temat ramowania dozwolonej krytyki w prasie zob. w: D. YOUNG: *The Party Line. How the Media Dictates Public Opinion in Modern China*. Singapore 2013, s. 63–80.

<sup>42</sup> Problem ten na przykładzie miast Metropolii Silesia – Gliwice i Tychów – analizuje Grażyna Piechota. Por. G. PIECHOTA: *Zarządzanie procesem komunikowania w mediach społecznościowych przez miasta Metropolii Silesia i ich prezydentów*. „Zarządzanie Publiczne”, nr 4(22)/2012, s. 58–59.

w dyskusjach internetowych w lokalnej prasie i w serwisach społecznościowych. Inną postacią trollingu, która występuje na poziomie lokalnym, jest wprowadzanie w błąd użytkowników przez osoby prowadzące konta lokalnych liderów politycznych, które zwracają się w przekazach sieciowych do otoczenia, używając 1. osoby liczby pojedynczej. W takiej sytuacji następuje wprowadzanie w błąd polegające na braku tożsamości pomiędzy nadawcą deklarowanym a faktycznym<sup>43</sup>. Aktywność ta realizowana jest najczęściej w godzinach pracy urzędów.

Warto jednak zaznaczyć, że metody technologicznego czy też merytorycznego zarządzania uwagą odbiorcy dotyczą zarówno samej dezinformacji, jak i działań propagandowych, choć ze względu na zapewnienie ich efektywności muszą się one charakteryzować przede wszystkim masowością. Jest to warunek konieczny do uzyskania skuteczności oddziaływania propagandowego lub dezinformacyjnego. Podkreślić należy również, iż trolling, czyli zarządzanie dyskusjami internetowymi, oraz astroturfing czyli generowanie sztucznego ruchu sieciowego w postaci między innymi masowego udostępniania postów lub też ich oznaczania na przykład polubieniami, czy też wreszcie kupowanie polubień albo zwiększanie w ten sztuczny sposób liczby śledzących użytkowników, operują na bazie psychologicznej zasady społecznego dowodu słuszności<sup>44</sup>.

Interesującym zagadnieniem z punktu widzenia zarządzania uwagą odbiorcy, ale przede wszystkim manipulowania jego osądem, w tym wprowadzaniem w błąd, czyli dezinformowaniem, może być wykorzystywanie reklamy natywnej, zwłaszcza w prasie komunalnej w okresie poprzedzającym wybory. Chodzi o korelację pomiędzy zamieszczanymi w gazecie treściami dziennikarskimi a ogłoszeniami wyborczymi *de facto* dysponenta prasy komunalnej – najczęściej organu miasta na prawach powiatu – które skłaniają czytelnika do konstatacji, iż program wyborczy reklamowanego kandydata jest już realizacją oczekiwań mieszkańców-wyborców lub też próbą odpowiedzi na nie w przyszłości<sup>45</sup>.

Wspomniane powyżej wprowadzanie w błąd może przybierać różne formy. Warto bowiem zaznaczyć, że nie każda dezinformacja realizowana jest przy pomocy *fake news*, czyli informacji nieprawdziwych<sup>46</sup>. Edit Zgut, Adéla Denková, Lucia Yar i Karolina Zbytniewska podają 7 kategorii *fake news*:

<sup>43</sup> G. PIECHOTA: *Zmiana paradygmatu w komunikowaniu lokalnym? Propaganda versus technologia*. W: *Lokalne komunikowanie polityczne*. Red. W. FURMAN, P. KUČA. Rzeszów 2013, s. 18.

<sup>44</sup> R. CIALDINI: *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*. Tłum. B. WOJCISZKE. Gdańsk 2003, s. 110 i nast.

<sup>45</sup> Szerzej na temat piszą Grażyna Piechota i Robert Rajczyk. Zob. G. PIECHOTA, R. RAJCZYK: *Media samorządowe jako narzędzie kreacji wizerunku lokalnego lidera i jego otoczenia (na przykładzie treści publikowanych w tygodniku samorządowym „Twoje Tychy”*. „Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne”. T. 34/2012, s. 49.

<sup>46</sup> Od 2017 roku Facebook definiuje fałszywe informacje jako *false news*.



- fałszywe połączenie – tytuł, wizualizacje lub podpisy nie odpowiadają treści,
- nieprawdziwy kontekst – gdy oryginalnym treściom towarzyszy fałszywy kontekst,
- zmanipulowana zawartość – prawdziwe informacje lub obrazy mają na celu oszukanie odbiorcy,
- satyra lub parodia – bez intencji do krzywdzenia, ale z potencjałem do tego,
- treść wprowadzająca w błąd, aby przedstawić problem lub osobę w konkretnym kontekście – ramkowanie osoby lub problemu,
- podrabianie oryginalnego źródła – fałszowanie oryginalności,
- sfabrykowana zawartość – całkowicie nieprawdziwa<sup>47</sup>.

### 2.2.2. Przeciwdziałanie dezinformacji

Aby proces przeciwdziałania dezinformacji realizowany był efektywnie, uwzględniać powinien wszystkie wymiary środowiska informacyjnego, tj.: fizyczny, wirtualny oraz kognitywny. W tym ostatnim aspekcie toczy się bieżąca walka informacyjna, która obejmuje sferę świadomościową odbiorcy. Za fizyczny wymiar środowiska informacyjnego uznać należy przestrzeń informacyjną państwa we wszystkich jej aspektach. Z uwagi na problematykę niniejszej monografii refleksja dotyczyć będzie jednak przede wszystkim przestrzeni dyskursu medialnego, choć do tego wymiaru środowiska informacyjnego zalicza się także infrastrukturę informacyjną, skutki działania i zachowania. Z kolei wymiar wirtualny środowiska informacyjnego odnosi się do przestrzeni sieci internetowej i procesów komunikacyjnych realizowanych za jej pośrednictwem, czyli cyberprzestrzeni.

We wszystkich trzech wymiarach środowiska informacyjnego trwa walka informacyjna, w której Ben Nimmo, analityk z Atlantic Council, wyróżnia 4 techniki: pomniejszania, przekręcania, przykrywania i przerażania<sup>48</sup>. Powstaje zatem pytanie, jak zabezpieczyć środowisko informacyjne przed obcymi wpływami propagandowymi, w tym dezinformacyjnymi. Proces ten odbywać się może na kilku poziomach: instytucjonalnym, formalnoprawnym, technologicznym oraz społecznym. Remigiusz Żuchowski wskazuje, że do modyfikacji zachowań w środowisku informacyjnym wykorzystywane są patogeny informacyjne, które badacz definiuje jako specjalnie zmodyfikowaną informację mającą

<sup>47</sup> E. ZGUT, A. DENKOVÁ, L. YAR, K. ZBYTNIĘWSKA: *Fake news in the V4: Governments are often part of the problem*; <http://visegradinfo.eu/index.php/80-articles/564-fake-news-in-the-v4-governments-are-often-part-of-the-problem> [dostęp: 13.09.2018].

<sup>48</sup> <https://twitter.com/benimmo/status/670230827377295360> [dostęp: 21.09.2018].



na celu wywołanie określonego zachowania. Wśród przykładów R. Żuchowski wymienia między innymi szum informacyjny. Patogen informacyjny działa jak komórka wirusa i w efekcie długotrwałego działania przekazu zakłóca stan stabilności pragmatycznej, polaryzuje społeczeństwo i wpływa w ten sposób na procesy decyzyjne<sup>49</sup>.

Przedmiotem ochrony środowiska informacyjnego będzie zatem przeciwdziałanie patogenom informacyjnym. Podmiotem zaś zewnętrzne i wewnętrzne wpływy informacyjne.

**Tabela 3.** Aspekty ochrony środowiska informacyjnego w jego wymiarach fizycznym, wirtualnym i kognitywnym

Aspekt/wymiar	Fizyczny	Wirtualny	Kognitywny
Formalnoprawny	doktryna bezpieczeństwa/karalność dysponentów komunikacyjnych za zamieszczane treści	akty prawne o technologiach informacyjnych i ochronie informacji przeciwko niedozwolenemu użytkowaniu sieci	zakaz retransmisji propagandowego kontentu telewizyjnego lub radiowego
Instytucjonalny	kontrola administracyjna	piramida nadzoru	autocenzura
Społeczny	odporność społeczna/bezpieczeństwo społeczne	odporność informacyjna/bezpieczeństwo informacyjne	<i>fact-checking</i> /edukacja medialna
Technologiczny	monitorowanie komunikacji/monitorowanie zagranicznej przestrzeni informacyjnej	<i>great firewall</i> /kontrola infrastruktury sieci komunikacyjnych	kontrpropaganda/komunikacja strategiczna

Źródło: Opracowanie własne.

Ze względu na charakter i problematykę niniejszej monografii należy jednak skoncentrować uwagę w tym miejscu na kwestiach dotyczących bezpieczeństwa społecznego i informacyjnego oraz odporności społecznej i informacyjnej. Oba sektory bezpieczeństwa literatura przedmiotu klasyfikuje jako elementy bezpieczeństwa narodowego<sup>50</sup>.

Piotr Potejko definiuje bezpieczeństwo informacyjne jako „zbiór działań, metod, procedur podejmowanych przez uprawnione podmioty, zmierzających

<sup>49</sup> Problematykę patogenów informacyjnych Remigiusza Żuchowskiego prezentuje Andrzej Kozłowski. Zob. A. KOZŁOWSKI: *Obrona przed patogenami informacyjnymi*, 13.09.2017; <https://www.cyberdefence24.pl/obrona-przez-patogenami-informacyjnymi-scs-2017> [dostęp: 22.09.2018].

<sup>50</sup> K. LIEDEL: *Bezpieczeństwo informacyjne państwa*. W: *Transsektorowe obszary bezpieczeństwa narodowego*. Red. K. LIEDEL. Warszawa 2011, s. 59–61. Hawre Hasan Hama prezentuje to stanowisko w oparciu o ustalenia szkoły kopenhaskiej, z której wywodzi się terminologia bezpieczeństwa społecznego. Zob. H. HAMA: *State Security, Societal Security, and Human Security*. „Jadavpur Journal of International Relations”, no. 21/2017, s. 16.

do zapewnienia integralności gromadzonych, przechowywanych i przetwarzanych zasobów informacyjnych, poprzez zabezpieczenie ich przed niepożądanym, nieuprawnionym ujawnieniem, modyfikacją lub zniszczeniem<sup>51</sup>. Podobne ujęcie prezentuje Marek Madej, dla którego bezpieczeństwo informacyjne to „zagwarantowanie sobie przez dany podmiot (np. państwo) integralności, kompletności oraz wiarygodności posiadanych zasobów informacyjnych w każdej formie, nie tylko elektronicznej. Odnosi się więc zarówno do wszelkiego rodzaju wysiłków, służących ochronie posiadanych informacji, istotnych w kontekście bezpieczeństwa (a więc mających wpływ na sprawne funkcjonowanie struktur państwowych i społeczeństwa), jak i zapewnieniu przewagi informacyjnej przez zdobywanie nowych lub bardziej aktualnych danych oraz akcje dezinformacyjne wobec ewentualnych przeciwników (państw lub innych podmiotów)”<sup>52</sup>. Należy również zwrócić uwagę na rozróżnienie pojęciowe, które proponuje Włodzisław Fehler, kategoryzując definicje polityki bezpieczeństwa informacyjnego oraz polityki bezpieczeństwa informacji<sup>53</sup>. Oba te pojęcia są zdaniem autora błędnie stosowane jako synonimy. Pierwsza kategoria ujmowana jest jako „działalność koncentrująca się na kwestii sprawności systemów teleinformatycznych”, podczas gdy druga to „celowa i zorganizowana działalność danego podmiotu (państwa, korporacji, organizacji, instytucji, itp.) ukierunkowana na tworzenie i utrzymywanie w optymalnym jakościowo kształcie własnych zasobów informacyjnych i mechanizmów ich użytkowania połączona z efektywną ochroną przed destrukcyjnym oddziaływaniem podmiotów konkurencyjnych, nieprzyjanych czy wrogich”<sup>54</sup>.

W tym miejscu rozważań rodzi się zatem pytanie o znaczenie bezpieczeństwa informacyjnego, którego elementem składowym jest bezpieczeństwo samej informacji. Zasadność owego zagadnienia jest o tyle istotna, iż zjawisko bezpieczeństwa informacyjnego wpływa bezpośrednio na proces decyzyjny na przykład

<sup>51</sup> A. ŻEBROWSKI: *Bezpieczeństwo informacyjne Polski a walka informacyjna*. „Rocznik Kolegium Analiz Ekonomicznych”, nr 29/2013, s. 452.

<sup>52</sup> Ibidem, s. 453.

<sup>53</sup> Autor dokonuje krytycznego przeglądu definicji funkcjonujących w polskiej literaturze przedmiotu, konceptualizując jednocześnie bezpieczeństwo informacyjne jako „proces i stan w ramach których zapewniana jest swoboda dostępu, gromadzenia, przetwarzania i przepływu wysokiej jakości informacji (osiąganej przez merytoryczną selekcję) połączone z racjonalnym, prawnym i zwyczajowym wyodrębnieniem kategorii podlegających ochronie bądź reglamentacji, ze względu na bezpieczeństwo podmiotów, których one dotyczą”. Z kolei bezpieczeństwo informacji według tegoż autora „odnosi się do konkretnych produktów informacyjnych, które mogą być uznane za bezpieczne wówczas, kiedy będą posiadały pewne niezbędne z punktu widzenia wytwórcy czy użytkownika cechy oraz będą odpowiednio traktowane w stosunku do obowiązujących standardów bezpieczeństwa”. Zob. W. FEHLER: *O pojęciu bezpieczeństwa informacyjnego*. W: *Bezpieczeństwo informacyjne w XXI wieku*. Red. M. KUBIAK, S. TOPOLEWSKI. Siedlce–Warszawa 2016, s. 29–30.

<sup>54</sup> Ibidem, s. 32–33.

w państwie lub organizacji, które kształtowane są poprzez kulturę informacyjną/komunikacyjną tegoż podmiotu. Marian Cieślarczyk zwraca uwagę, iż proces informacyjno-decyzyjny powinien mieć charakter ciągły<sup>55</sup>, permanentność bowiem w korelacji z otwartym charakterem procesu – angażowaniem wszystkich uczestników – warunkować będzie efektywny poziom zabezpieczenia przed ingerencją czynników zewnętrznych, które usiłują przejąć kontrolę nad procesem lub go skutecznie zakłócić, np. opóźniając jego przebieg. Aspekt kultury informacyjno-komunikacyjnej będzie zatem szczególnie istotny w odniesieniu do utylitarnego charakteru propagandy i jej roli w walce informacyjnej.

Oprócz kultury informacyjno-komunikacyjnej należy również zwrócić uwagę na bezpieczeństwo społeczne, które może podlegać zakłócaniu w wyniku wpływu czynników zewnętrznych. W grę wchodzić może między innymi obca agresja kulturowa czy też występowanie tzw. baniek informacyjnych. Te ostatnie definiować można jako funkcjonowanie jednostki w zamkniętej wspólnocie informacyjnej, której zdolność do asymilacji nowych treści jest skutecznie ograniczana lub w najlepszym wypadku filtrowana, zarówno przez mechanizm społecznego dowodu słuszności, jak i zjawisko dysonansu komunikacyjnego wynikającego z zamkniętego charakteru tego typu zbiorowości komunikacyjnej. Należy zatem zgodzić się z tezą Krystiana Kiszki, iż owa alienacja informacyjna może uniemożliwić użytkownikowi zachowanie bezpieczeństwa informacyjnego<sup>56</sup>.

Z kolei wspomniana powyżej agresja kulturowa może skutecznie oddziaływać na bezpieczeństwo społeczne, które wiąże się z prawdopodobieństwem wystąpienia niepożądanych zjawisk (problemów) społecznych oraz ograniczeniem ryzyka związanego z przetrwaniem i jakością życia w sferze ekonomicznej i kulturowej<sup>57</sup>. Współczesny, intensywnie globalizujący się świat i postępująca uniwersalizacja kulturowa w postaci dominującej pozycji kultury popularnej nie eliminują znaczenia tożsamości narodowej i etnicznej w międzynarodowych stosunkach politycznych. Co więcej, różnorodność kulturowa staje się cechą dystynktywną współczesnych społeczeństw. Uwzględnienie tego komponentu

<sup>55</sup> M. CIEŚLARCZYK: *Psychospołeczne i prakseologiczne aspekty bezpieczeństwa informacyjnego*. W: *Bezpieczeństwo informacyjne w XXI wieku*. Red. M. KUBIAK, S. TOPOLEWSKI. Siedlce–Warszawa 2016, s. 57–58.

<sup>56</sup> K. KISZKA: *Bezpieczeństwo informacyjne człowieka cywilizacji zachodniej*. W: *Bezpieczeństwo informacyjne w XXI wieku*. Red. M. KUBIAK, S. TOPOLEWSKI. Siedlce–Warszawa 2016, s. 79.

<sup>57</sup> Przykładem takiego działania może być rosyjska agresja kulturowa, która przejawia się zarówno w postaci instytucjonalnej – funkcjonowania wspólnoty tzw. rosyjskiego świata (por. Fundacja „Russkiy Mir”: <https://russkiymir.ru/en> [dostęp: 15.10.2018]), jak i informacyjnej. W tym ostatnim przypadku mamy do czynienia z kwestionowaniem na przykład tożsamości religijnej Ukraińców przez dostojników Rosyjskiej Cerkwii Prawosławnej. Zob. P. PRZECISZEWSKI: *Ujawniono fragmenty dialogu Bartłomieja i Cyryla w kwestii ukraińskiej autokefalii*; <https://ekai.pl/ujawniono-fragmenty-dialogu-bartlomiej-i-cyryla-w-kwestii-ukraińskiej-autokefalii> [dostęp: 15.10.2018].

zarówno w procesie analitycznym propagandy, jak i w prowadzeniu samej działalności propagandowej, pozwalać może na prognozowanie schematów narracyjnych i na samo ich konstruowanie. Znajomość uwarunkowań kulturowych bez wątpienia oddziałuje wprost proporcjonalnie na efektywność tworzonych przekazów, z drugiej zaś strony pozwala skutecznie identyfikować ich charakter oraz im przeciwdziałać. Wartości kulturowe mogą również stać się ideowymi lub światopoglądowymi podstawami prowadzonej narracji propagandowej, formułowanej zarówno do publiczności wewnętrznej, jak i do odbiorców na świecie<sup>58</sup>.

W ten sposób można powiedzieć, że bezpieczeństwo społeczne oznacza zdolność/funkcję państwa do przeciwstawiania się zagrożeniom w obszarze społecznym<sup>59</sup>. Takim zagrożeniem w obszarze integralności społecznej, ale też – jak wynika z przykładu aneksji Krymu – może być między innymi diaspora państwa-agresora/agresora informacyjnego lub stosunkowo liczna mniejszość religijna, albo także mniejszość narodowa. Dwie ostatnie kategorie wspólnot o charakterze mniejszościowym, nie zawsze przecież mające związki z państwem macierzystym, mogą w zależności od stopnia integracji wewnętrznej – spistości grupowej oraz poziomu instytucjonalizacji – działać destabilizująco na państwo zamieszkania, także w sferze informacyjnej<sup>60</sup>. Markus Keck i Patrick Sakdapolrak zwracają uwagę na wspólnotowy charakter odporności społecznej, powszechny w jej definiowaniu. Odporność owa określa zdolność podmiotów społecznych do tolerowania, wchłaniania, radzenia sobie z zagrożeniami wszelkiego typu i dostosowywania się do nich<sup>61</sup>.

Ochrona wymiaru kognitywnego środowiska informacyjnego realizowana jest w dwóch aspektach: społecznym i technologicznym. Mowa tutaj o edukacji medialnej, jak również o działaniach propagandowych wynikających z demaskatorskiej funkcji propagandy. Zarówno edukacja medialna, jak i demaskowanie propagandy, mogą przybierać formę instytucjonalną oraz spontaniczną – organiczną. W pierwszym przypadku istotą jest formułowanie programów in-

<sup>58</sup> Szerzej na ten temat pisze Joanna Darczeńska. Zob. J. DARCEWSKA: *Wojna informacyjna Rosji z Zachodem. Nowe wyzwanie?* „Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego”, wydanie specjalne; <https://www.abw.gov.pl/pl/pbw/publikacje/przeglad-bezpieczenstwa-4/1213,Przeglad-Bezpieczenstwa-Wewnetrznego-WYDANIE-SPECJALNE.html> [dostęp: 10.10.2018], s. 59 i nast.

<sup>59</sup> J. GIERSEWSKI: *Bezpieczeństwo społeczne jako dziedzina bezpieczeństwa narodowego*. „Historia i Polityka”, nr 23(30)/2018, s. 22.

<sup>60</sup> Wskazać tutaj można między innymi, abstrahując od oceny zasadności celów politycznych, na dość znaczny poziom oddziaływania mniejszości albańskiej na sytuację społeczną i polityczną w Macedonii czy też na znaczenie mniejszości serbskiej w Republice Kosowa, a zwłaszcza w północnej jego części. Inny przykład to ludność kurdyjska zamieszkująca część terytorium tureckiego. Warto też wspomnieć o ludności rosyjskojęzycznej na Łotwie, która wobec braku łotewskiego obywatelstwa, ale też z powodów etnicznych, podatna jest na rosyjskie oddziaływanie propagandowe i polityczne.

<sup>61</sup> M. KECK, P. SAKDAPOLRAK: *What is social resilience? Lessons learned and ways forward*. „Erdkunde”. Vol. 67/2013, no. 1, s. 8.

stytucjonalnej walki z informacjami nieprawdziwymi, tzw. *fake news* będącymi jedną z najpopularniejszych form dezinformacji w czasach współczesnej globalnej wymiany informacyjnej<sup>62</sup>. Projekty takie realizują dysponenti serwisów społecznościowych między innymi w postaci działań edukacyjnych kształtujących kulturę konsumpcji informacji i kulturę bezpieczeństwa informacji<sup>63</sup>. Te dwa pojęcia porównać można obrazowo do profilaktyki szczepień ochronnych. Pierwsze z nich odnosi się zarówno do jednostek, jak i do zbiorowości funkcjonujących w przestrzeni informacyjnej. Obejmuje przede wszystkim poziom kompetencji komunikacyjnej odbiorcy/użytkownika środowiska informacyjnego oraz przyziemne nawyki w korzystaniu ze sfery informacyjnej człowieka. W tym przypadku chodzi głównie o rozwijanie świadomości zagrożeń wynikających z udziału w światowej wymianie informacyjnej.

Kultura bezpieczeństwa informacji odnosi się z kolei do procedur związanych z wymianą zasobów informacyjnych. Rozważyć zatem warto w tym miejscu kwestię etyki dziennikarskiej w kontekście procesów *agenda-setting*, *agenda-building* czy też *agenda-framing* analizowanych w poprzednim rozdziale niniejszej monografii, czyli *de facto* odpowiedzialności moralnej dziennikarzy nie za kształt, lecz za zawartość dyskursu medialnego oraz publicznego. Biorąc jednak pod uwagę proces dezinformacji, należy zaznaczyć, że niebagatelnego znaczenia nabiera w tym wymiarze *fact-checking* medialny, czyli procedura weryfikowania informacji przez osoby trzecie na potrzeby działalności dziennikarskiej. Zaznaczyć jednak trzeba także, iż serwisami demaskującymi *fake news* zarządza również samo środowisko dziennikarskie<sup>64</sup>.

<sup>62</sup> W proces zwalczania dezinformacji poprzez uprawnianie komunikacji strategicznej zaangażowane są: EU East StratCom Task Force realizowany przez Europejską Służbę Działań Zagranicznych w postaci produkcji kontentu demaskującego głównie rosyjską dezinformację w państwach Partnerstwa Wschodniego i Unii Europejskiej oraz Centrum Ekspertkie Komunikacji Strategicznej NATO w Rydze – instytucja międzynarodowa założona przez kilka państw członkowskich NATO i posiadająca akredytację Organizacji Paktu Północnoatlantyckiego. NATO StratCom zajmuje się między innymi analizą wykorzystania rosyjskich narzędzi propagandowych. Przykładem takiego działania jest publikacja Keir Giles. Zob. K. GILES: *The next phase of Russian information warfare*; <https://www.stratcomcoe.org/next-phase-russian-information-warfare-keir-giles> [dostęp: 10.10.2018]. EU East StratCom Task Force bazuje w głównej mierze na pracy wolontariuszy, realizując jeden z najważniejszych projektów zwalczania dezinformacji w postaci *Disinformation Review* (por. <https://euvsdisinfo.eu>). Działa na podstawie *Action plan on strategic communication*. Zob. <http://archive.eap-csf.eu/assets/files/Action%20PLan.pdf> [dostęp: 10.10.2018].

<sup>63</sup> Chodzi między innymi o walkę z tzw. mową nienawiści prowadzoną przez operatorów serwisów społecznościowych, na której znaczenie w debacie medialnej na przykładzie Finlandii zwraca uwagę Jessikka Aro. Por. J. ARO: *The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools*. „European View”, no. 15/2016, s. 128.

<sup>64</sup> Por. <https://konkret24.tvn24.pl> [dostęp: 16.10.2018] oraz deklarację 13 agencji informacyjnych w sprawie zwalczania *fake news*. Zob. <https://www.thefirstnews.com/article/news-agencies-declare-war-on-fake-news-3710> [dostęp: 10.12.2018].

Interesującym aspektem związanym z prowadzeniem takowej działalności jest kwestia ochrony praw autorskich ujęta w Dyrektywie Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie praw autorskich na jednolitym rynku cyfrowym (tzw. ACTA 2 – R.R.). Przepisy te z jednej strony mogą służyć ograniczaniu zjawiska dezinformacji poprzez eliminowanie treści publikowanych bez wymaganej licencji, z drugiej zaś strony mogą jednak oddziaływać przeciwnie na dystrybucję tzw. *fake news* z uwagi na fakt, iż przepisy chronią autorów treści, a samo zwalczanie nieprawdziwych informacji poprzez ich demaskowanie, sankcjonowane może być – paradoksalnie – usuwaniem wpisów dokonanych bez wymaganej dyrektywą licencji<sup>65</sup>.

Demaskowanie *fake news* jako działanie organiczne jest funkcją edukacji medialnej. Należy to rozumieć w ten sposób, że im wyższy poziom, a przede wszystkim efekt tejże edukacji medialnej, tym intensywniejsza obecność działań spontanicznych w sferze przestrzeni nowych mediów<sup>66</sup>. Wspomniany powyżej *fact-checking* ma nie tylko walor utylitarny, ale jest także narzędziem realizowania demaskatorskiej funkcji propagandy. Warto zwrócić uwagę na projekt badań nad zjawiskiem manipulowania polskim środowiskiem informacyjnym przez obce ośrodki propagandowe<sup>67</sup>, który koncentruje się na rozpoznaniu i przeciwdziałaniu dezinformacji czy też usieciowionego działania organizacji pozarządowych oraz ośrodków analitycznych<sup>68</sup>. Niebagatelne znaczenie w zwalczaniu zjawiska dezinformacji mają również organizacje pozarządowe, kluczową kwestią jest tutaj bowiem ich wiarygodność<sup>69</sup>.

Istotnym elementem walki z dezinformacją jest również wsparcie dla rozwoju środków masowego przekazu. Chodzi przede wszystkim o podniesienie umiejętności warsztatowych dziennikarzy w zakresie kompetencji do rzetelnej we-

<sup>65</sup> Por. Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie praw autorskich na jednolitym rynku cyfrowym; <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2016/PL/1-2016-593-PL-F1-1.PDF> [dostęp: 16.10.2018].

<sup>66</sup> Przykładem działań z tego zakresu jest bez wątpienia inicjatywa StopFake.org, której celem jest realizowana w 13 wersjach językowych walka z dezinformacją dotyczącą wydarzeń na Ukrainie. Chodzi o przeprowadzoną w części wschodnich obwodów Ukrainy operację antyterrorystyczną przeciwko ogłoszonym w trybie jednostronnym Donieckiej i Ługańskiej Republikom Ludowym. Por. <https://www.stopfake.org> [dostęp: 16.10.2018].

<sup>67</sup> Zob. <https://www.cybsecurity.org/pl/infoops> [dostęp: 16.10.2018].

<sup>68</sup> Por. <https://www.cepa.org/disinfonet> oraz <http://infowar.cepa.org/index> [dostęp: 16.10.2018], a także projekt 6 *think-tanków* z regionu Europy Środkowo-Wschodniej pn.: „Wojna informacyjna w Internecie. Przeciwdziałanie prokremlowskiej propagandzie w Europie Środkowej i Wschodniej” – <http://csm.org.pl/pl/blog-sub3/117-wyroznione-publicacje/3483-wojna-informacyjna-w-internecie-raport-csm-06-2017> [dostęp: 17.10.2018].

<sup>69</sup> W sytuacji zdominowanego przez oligarchów ukraińskiego rynku medialnego organizacje pozarządowe odgrywają ogromną rolę. Szerzej temat zaangażowania organizacji pozarządowych w zwalczanie dezinformacji na Ukrainie pisze Olena Churanova. Zob. O. CHURANOVA: *Countering Russian disinformation: Ukrainian NGOs on the frontline*. „UA: Ukraine Analytica”, no. 1(11)/2018, s. 59.



ryfikacji informacji ze źródeł dziennikarskich, ale też o kwestie fundamentalne dla funkcjonowania prasy, takie jak wolność prasy, promocja praw człowieka i wsparcie merytoryczne odnoszące się do funkcjonowania rynku medialnego czy też telewizji i radiofonii publicznej<sup>70</sup>.

Skuteczność oddziaływania dezinformacji może być osiągana, jak zauważa Timothy P. McGeehan, poprzez ograniczanie jej wpływu na odbiorcę oraz budowanie odporności informacyjnej<sup>71</sup>. Ograniczanie zatem realizowane jest w postaci zwalczania w drodze demaskowania narzędziem *fact-checkingu*, a także budowania kultury konsumpcji informacji, która przejawia się w poziomie edukacji medialnej. Madeleine De Cock Buning i jej zespół proponują szereg rozwiązań w dziedzinie edukacji medialnej oraz edukacji informacyjnej (kultury konsumpcji informacji – R.R.) między innymi dotyczących uwzględnienia tychże w koncepcji „uczenia się przez całe życie” (*life-long learning* – R.R.), organizacji szkoleń dla nauczycieli, a także wzmocnienia promocji systemu dobranych praktyk, jak European Audiovisual Observatory<sup>72</sup>, jak również wsparcia dla badań nad oddziaływaniem dezinformacji na społeczeństwo czy też podniesienia poziomu dziennikarstwa oraz rozwoju kompetencji komunikacyjnych odbiorców treści cyfrowych<sup>73</sup>.

<sup>70</sup> Projekty takie są realizowane i finansowane przez Unię Europejską. Elżbieta Kaca, Justyna Arendarska i Carsten Schmiedl wskazują na ich różnorodność, poczynając od wsparcia demokracji i wolności prasy po aspekty obejmujące rynek medialny i działalność dziennikarską w niesprzyjających warunkach politycznych. Por. *EU communication policy in its neighbourhood in light of third-party propaganda*. Red. E. KACA, J. ARENDARSKA, C. SCHMIEDL. Warszawa 2015, s. 25.

<sup>71</sup> T. MCGEEHAN: *Countering Russian Disinformation*. „The USA Army War Collage Quarterly. Parameters – Contemporary Strategy & Landpower”. Vol. 48/2018, no. 1, s. 59.

<sup>72</sup> <https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire> [dostęp: 17.10.2018].

<sup>73</sup> *A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation*. Ed. M. DE COCK BUNING. Luxembourg 2018, s. 25–29.





## ROZDZIAŁ 3

# Propaganda w strukturze komunikacji strategicznej

W niniejszym rozdziale poruszone zostaną kwestie wzajemnych relacji pojęć związanych z komunikowaniem strategicznym i propagandą. Teoretyczne ujęcie tejże problematyki wymaga poczynienia ustaleń definicyjnych. Przede wszystkim rozróżnić należy rodzaje działalności komunikacyjnej<sup>1</sup>. W poprzednich dwóch rozdziałach prezentowano znaczenie propagandy we współczesnej komunikacji. Bez wątpienia pozostaje ona – także i w ujęciu historycznym – komunikowaniem o charakterze perswazyjnym. W ramach tego rodzaju komunikowania należy jednak wprowadzić szczegółową typologię ze względu na cel i przedmiot niniejszej monografii. Najprostsze ujęcie dotyczyć będzie dychotomicznego podziału na komunikowanie perswazyjne dążące do wywarcia wpływu na odbiorcę i komunikowanie niemające za cel wywierania wpływu, czyli komunikowanie informacyjne. Biorąc na przykład pod uwagę teorię komunikowania i koncepcje: *agenda-setting*, *agenda-building* i *agenda-framing*, trudno całkowicie odrzucić tezę o braku perswazyjnego charakteru komunikowania informacyjnego. Intencjonalna selektywność doboru treści prezentowanych w środkach masowego przekazu však sama w sobie powinna zostać uznana za ingerencję noszącą znamiona oddziaływania na odbiorcę. W takim przypadku jest to jednak realizacja potrzeb informacyjnych odbiorcy i przynajmniej teoretycznie powinna się ona odbywać z uwzględnieniem czynnika moralnego w postaci etyki dziennikarskiej.

W szerszym kontekście komunikowanie informacyjne stanowić może natomiast narzędzie osiągnięcia wzajemnego porozumienia i budowania więzi komunikacyjnej na przykład poprzez walor edukacyjny. W tym też znaczeniu interpretować należy komunikowanie publiczne, które Bogusława Dobek-Ostro-

---

<sup>1</sup> Tomasz Goban-Klas typologizuje komunikację jako: transmisję, jako proces wzajemnego zrozumienia, oddziaływanie i interakcję społeczną z wykorzystaniem symboli, jako wymianę znaczeń, formę sprawowania kontroli społecznej oraz jako tworzenie wspólnoty. Zob. T. GOBAN-KLAS: *Public relations, czyli promocja reputacji. Pojęcia, definicje, uwarunkowania. Praktyka działania*. Warszawa 1998, s. 113. Na wspólnotowy wymiar komunikacji zwraca także uwagę Jan Waszkiewicz. Por. J. WASZKIEWICZ: *Od komunikacji do wspólnoty*. Wrocław 2002, s. 241.

wska i Robert Wiszniewski określają jako formalne<sup>2</sup>. Samo zaś komunikowanie perswazyjne także można zróżnicować dychotomicznie poprzez pryzmat wyrażenia woli przez odbiorcę w postaci intencjonalnego podjęcia lub zaniechania działania. W wąskim znaczeniu będziemy mieli do czynienia z reklamą, której celem jest skłonienie odbiorcy do konkretnych, ale dobrowolnych zachowań konsumenckich. W ujęciu *sensu largo* komunikowanie perswazyjne proponuję zdefiniować jako intencjonalne – ze strony nadawcy komunikatu perswazyjnego – przekonanie odbiorcy do zmiany postaw tak, aby podjął owo działanie jako emanację wyrażenia swojej woli w przeświadczeniu dobrowolności takiego kroku, pomimo że *de facto* do jego podjęcia został skłoniony w drodze oddziaływania propagandowego.

Powstaje zatem pytanie o charakter komunikacji strategicznej, którą zdefiniować można jako „skoncentrowane procesy i wysiłki podejmowane w celu zrozumienia oraz zaangażowania kluczowych audytoriów (odbiorców) dla stworzenia, wzmocnienia lub utrwalenia warunków korzystnych do realizacji narodowych interesów i celów poprzez zastosowanie skoordynowanych informacji, tematów, planów, programów oraz działań zsynchronizowanych z przedsięwzięciami realizowanymi przez pozostałe elementy władz państwowych”<sup>3</sup>. Tomasz Kacała i Justyna Lipińska wskazują, iż komunikacja strategiczna oznacza skoordynowane działania w sferze informacyjnej w postaci operacji informacyjnych, dyplomacji publicznej, międzynarodowego nadawania programów radiowych i telewizyjnych oraz *public affairs*<sup>4</sup>.

Przytoczone ujęcie definicyjne ma swoją konotację w zakresie prowadzenia działań towarzyszących operacjom wojskowym, komunikacja strategiczna nie jest jednak domeną nauk wojskowych czy też bezpieczeństwa narodowego. Uznać ją można za funkcję zarządzania procesem komunikowania, czyli porozumiewania się. Komunikacja rozumiana jest więc w niniejszej monografii jako system koordynowania przekazywania informacji. W tak określonej przestrzeni teoretycznej sformułować można definicję komunikacji strategicznej jako zarządzania samym procesem porozumiewania się, który realizowany jest poprzez dystrybucję informacji w wyniku zastosowania narzędzi w postaci operacji informacyjnych, działań z zakresu dyplomacji publicznej, międzynarodowego nadawania programów radiowych i telewizyjnych oraz *public affairs*. W tym ujęciu komunikacja strategiczna będzie więc procesem o charakterze perswazyjnym w wymiarze *sensu stricto*, a zatem mającym na celu intencjonalność działania ze strony odbiorcy osiąganym w wyniku wytworzenia się więzi komunikacyjnej z nadawcą.

<sup>2</sup> Według tych autorów jego celem jest przede wszystkim więź społeczna utrzymywana z wykorzystaniem informacji o znaczeniu publicznym. Zob. B. DOBEK-OSTROWSKA, R. WISZNIEWSKI: *Teoria komunikowania publicznego i politycznego*. Wrocław 2002, s. 18–25.

<sup>3</sup> T. KACAŁA, J. LIPIŃSKA: *Komunikacja strategiczna i Public Affairs*. Warszawa 2014, s. 25.

<sup>4</sup> Ibidem, s. 26.

Posługując się socjologicznym ujęciem komunikacji zaproponowanym przez wspomnianego powyżej T. Gobana-Klasa, przyjąć można interpretację, iż komunikacja strategiczna łączy ze sobą wszystkie wskazywane przez badacza znaczenia. Podkreślić należy zatem, iż komunikacja strategiczna tworzy wspólnotę dążącą do wzajemnego zrozumienia poprzez oddziaływanie społeczne z wykorzystaniem symboliki w celu sprawowania kontroli społecznej.

Używając jednak typologii Departamentu Obrony USA (Pentagon) przytoczonej na gruncie polskiej literatury naukowej przez T. Kacalę i J. Lipińską, w dalszej części niniejszego rozdziału przeanalizuję relację pomiędzy propagandą a elementami składowymi procesu koordynacji działań komunikacyjnych. Tak właśnie dla uproszczenia wyводу określać będę w dalszej części niniejszej monografii komunikację strategiczną.

### 3.1. Propaganda w operacjach informacyjnych

Pojęcie *operacji informacyjnych* definiować można między innymi na gruncie nauk o wojskowości, jak również w przestrzeni nauk o komunikowaniu. Brygida Gwiazda-Rzepecka proponuje ująć operacje informacyjne w kategoriach oddziaływania informacyjnego na przeciwnika jako „skoordynowane i zsynchronizowane działania podejmowane dla uzyskania pożądanego wpływu na sposób myślenia strony przeciwnej, potencjalnych przeciwników i innych grup. [...] Są to działania, których celem jest wywieranie destrukcyjnego wpływu na określone grupy społeczne, gremia decyzyjne, odcięcie przeciwnika od wiadomości poprzez wywarcie wpływu na ich zasób i jakość oraz obniżenie jego zdolności do skutecznej realizacji procesu dowodzenia”<sup>5</sup>. Kluczowym zagadnieniem w tej definicji wydaje się wywieranie destrukcyjnego wpływu, co można interpretować w kategoriach dezinformacji, która stanowi istotny element walki informacyjnej. I w tym wąskim kontekście propaganda może być narzędziem operacji dezinformacyjnych<sup>6</sup>. Z punktu widzenia efektywności działań wojskowych wskazać należy także na operacje psychologiczne, które realizowane są w celu pozyskania poparcia na przykład ludności cywilnej.

Będzie to współpraca cywilno-wojskowa mająca na celu „stworzenie klimatu zaufania, zapewniania skutecznej więzi lub usprawnienia wypełnienia założeń misji (militarnej – R.R.)”<sup>7</sup>. Z tej perspektywy z kolei skonstatować należy, iż bu-

<sup>5</sup> B. GWIAZDA-RZEPECKA: *Komunikacja strategiczna i negocjacje w operacjach wsparcia pokoju*. Wrocław 2015, s. 56.

<sup>6</sup> T. ALEKSANDROWICZ: *Podstawy walki informacyjnej*. Warszawa 2016, s. 84–91.

<sup>7</sup> B. GWIAZDA-RZEPECKA: *Komunikacja strategiczna...*, s. 16.

dowanie zaufania pomiędzy ludnością cywilną a wojskiem w ramach współpracy cywilno-wojskowej określanej skrótem CIMIC nie może się odbywać w atmosferze dezinformacji, która w takim przypadku będzie miała przeciwny skutek oddziaływania. W takim razie zastosowanie uprawdopodobniające efektywność oddziaływania będą miały operacje informacyjne. W przypadku natomiast ujmowania operacji informacyjnych w kontekście procesu komunikowania można z kolei mówić na przykład o kampaniach informacyjnych, przy czym operacje dezinformacyjne także należałoby traktować jako ich rodzaj. Wszak zarówno kampanie informacyjne, jak i operacje dezinformacyjne zawierają się w zbiorze operacji informacyjnych, do realizacji których wykorzystuje się narzędzie w postaci propagandy.

Dla rozróżnienia należy zatem sformułować punkt odniesienia poprzez wykorzystanie zmiennych kategoryzujących propagandę ze względu na stopień zafałszowania treści. Zastosowanie propagandy szarej i czarnej wskazywać będzie na prowadzenie kampanii dezinformacyjnej, z kolei dystrybucja propagandy białej oznacza operację informacyjną. W obu przypadkach celem jest zmiana zachowań, które zazwyczaj mają okazjonalny charakter lub też mogą być podejmowane spontanicznie, między innymi pod wpływem emocji wywołanych jednak zarówno dezinformacją, jak i operacjami informacyjnymi. Przykładem może być efektywnie prowadzona kampania informacyjna poświęcona walorom turystycznym, która jako taka spełnia przecież kryteria określone w definicji B. Gwiazdy-Rzepeckiej. Sugestywnie dobrana kompozycja atrakcyjnych wizualnie ujęć w połączeniu z budzącym pozytywne skojarzenia podkładem muzycznym, skutecznie skłonić może do przyjazdów w celach turystycznych.

Warto też nadmienić, iż sztandarowymi przykładami operacji informacyjnych mających na celu pozyskanie zaufania i budowę więzi będą te realizowane w ramach komunikowania publicznego. Należy jednak rozróżnić pozyskanie zaufania i zapewnienie skutecznej więzi od samego uzyskiwania poparcia, to ostatnie bowiem można skategoryzować dychotomicznie ze względu na intencjonalność dysponenta względem reakcji odbiorców. W grę będą więc tutaj wchodzić zarówno operacje psychologiczne polegające na silnym oddziaływaniu na postawy, jak i operacje dezinformacyjne wpływające na emocje i tym samym warunkujące określony typ zachowań. Celem tychże operacji będzie skłonienie ich adresatów do bierności, czyli zaniechania działań lub też wprost przeciwnie. Keir Giles wskazuje na przykład, że w przypadku rosyjskiej agresji na Krym w 2014 roku operacje dezinformacyjne miały za zadanie aktywizację lokalnej społeczności, dla której rzekome zagrożenie stanowić miało podstawę podjęcia działań<sup>8</sup>. Przy czym podkreślenia wymaga fakt, iż emocje uzyskiwane bądź

<sup>8</sup> K. GILES: *Handbook of Russian Information Warfare*. Rome 2016, s. 49–52. Doskonale mechanizm i efekty działań agregujących społeczny opór wobec rzekomej agresji ze strony nowych władz w Kijowie pozycjonowanych w przestrzeni medialnej, także i cyberprzestrzeni – jako „faszyści” – prezentuje film paradokumentalny Andrieja Kondraszowa pt. *Krym. Droga*

to w wyniku oddziaływania operacji informacyjnych z użyciem propagandy białej (przykładem przytoczony powyżej casus promocji turystycznej), bądź też wskutek zastosowania dezinformacji będą się zatem charakteryzowały przede wszystkim szerokim spektrum – od euforii do strachu.

Kryterium oddziaływania na emocje odbiorców może stanowić podstawę typologizowania operacji informacyjnych w ujęciu wojskowym. Marcin Górnikiewicz wskazuje, że zmiana zachowań społecznych następować może w wyniku oddziaływania na emocje poprzez operacje psychologiczne, które realizowane są z użyciem środków masowego przekazu, w tym także sieci internetowej<sup>9</sup>. Prezentowana przez tego autora typologia odnosi się przede wszystkim do instrukcji polowej armii amerykańskiej, w którym to dokumencie występuje rozróżnienie na operacje informacyjne i operacje psychologiczne<sup>10</sup>. W tym militarnym wymiarze operacje informacyjne traktowane są w wąskim ujęciu jako działania obejmujące ataki na systemy informacyjne i proces zarządzania informacją przeciwnika, a operacje psychologiczne jako oddziałujące na otoczenie społeczne. Frank L. Goldstein oraz Daniel W. Jacobowitz utrzymują natomiast, iż operacje psychologiczne są warunkiem efektywności działań politycznych, militarnych, ekonomicznych, a nawet ideologicznych<sup>11</sup>.

Nie ulega jednak wątpliwości, że bez względu na wąskie czy szerokie ujęcie interpretacyjne operacji informacyjnych ich istota sprowadza się do uznania informacji za zasób strategiczny w aspektach militarnym i pozamilitarnym, dzięki czemu informacja traktowana jest jako broń, ale także jako cel ataku przeciwnika<sup>12</sup>. Biorąc zatem pod uwagę powyższe rozważania, należy skonstatować, iż operacje informacyjne oraz dezinformacyjne to „propaganda szyta na miarę”<sup>13</sup>.

---

do ojczyzny (Крым. Путь на Родину). Narracja rosyjska przedstawiona w trwającym ponad 2 godziny obrazie wyjaśnia powody działań podjętych po rzekomej eskalacji nastrojów nacjonalistycznych na półwyspie w celu ochrony ludności rosyjskojęzycznej. Plik z filmem jest rozpowszechniony w sieci internetowej oraz doskonale spożycjonowany w wyszukiwarkach internetowych, co świadczy o intencjonalnym działaniu w celu osiągnięcia z jednej strony znacznego zasięgu społecznego, ale przede wszystkim z drugiej strony uzyskania nie tyle przewagi informacyjnej, gdyż to zostało zniwelowane poprzez weryfikację faktów przez międzynarodową opinię publiczną, co poddania w wątpliwość tejże weryfikacji.

<sup>9</sup> M. GÓRNIKIEWICZ: *Mass media in psychological operation – Ukrainian Case*. In: *Constructing „Europe” and spread of European values*. Ed. L. MAŻYLIS. Kaunas 2014, s. 62.

<sup>10</sup> Por. Field Manual, Headquarter, Department of the Army – FM 3-05.30 MCRP 3-40.6 PSYOP and Information Operations. Washington 2003, s. 1–4. Zob. <https://fas.org/irp/doddir/army/fm3-05-301.pdf> [dostęp: 22.11.2018].

<sup>11</sup> F. GOLDSTEIN, D.W. JACOBOWITZ: *Psychological Operations. An introduction*. In: *Psychological Operations. Principles and Case Studies*. Eds. F. GOLDSTEIN, B. FINDLEY. Alabama 1996, s. 19.

<sup>12</sup> T. ALEKSANDROWICZ: *Podstawy walki informacyjnej...*, s. 130.

<sup>13</sup> Z ang. „tailor-made propaganda”. Szerzej na ten temat piszą Edward Lucas i Ben Nimmo. Por. E. LUCAS, B. NIMMO: *Information Warfare: What Is It and How to Win It?* CEPA Infowar Paper no. 1.v Washington 2015.

### 3.2. *Soft power a propaganda*

Z uwagi na problematykę poruszaną w niniejszej monografii i uznanie informacji za zasób strategiczny wspomnieć należy w tym miejscu koncepcję „trzech broni”<sup>14</sup> autorstwa Timothy’ego A. Waltona, który typologizuje metody chińskiego oddziaływania w formie psychologicznej, medialnej i prawnej. Według Michaela Raska stanowi to konglomerat operacji psychologicznych, jawnej i ukrytej manipulacji środkami masowego przekazu oraz oddziaływania na procesy strategiczne, politykę obronną oraz sposób postrzegania przez publiczności zagraniczne<sup>15</sup>. Modyfikując nieco koncepcję T.A. Waltona, można jednak przyjąć, iż w odniesieniu do tzw. broni psychologicznej chodzi raczej o operacje informacyjne/deinformacyjne, broń medialna wchodzi natomiast w korelację z dyplomacją publiczną. Podobne konotacje mają też prawne środki oddziaływania, które interpretować można natomiast jako przykład legalizmu, mającego ułatwiać z kolei uzyskiwanie poparcia społeczności międzynarodowej. To zaś stanowi domenę dyplomacji publicznej będącej głównym narzędziem *soft power*<sup>16</sup>.

Do międzynarodowych źródeł *soft power*, jak wskazuje z kolei Beata Piskorska, zalicza się wyraźne demonstrowanie przestrzegania prawa międzynarodowego. Respektowanie tych reguł – jak akcentuje badaczka – „pozwała scharakteryzować podmiot je stosujący jako rzetelny, wrażliwy i pracowity oraz nastawiony przeciw przemocy”<sup>17</sup>. Podkreślić jednak należy w tym miejscu rozważań, iż legalizm w wydaniu chińskim pełni pierwotną funkcję wobec pozostałych działań oraz jest z nimi zintegrowany, dzięki czemu skutek efektu synergii może stanowić warunek skuteczności stosowania prezentowanej triady. Odnotować warto natomiast także i fakt, że wyizolowanie aspektu prawnego i budowanie narracji wyłącznie w oparciu o niego rzadko zapewnia efektywność oddziaływania na społeczność międzynarodową. Przykładem fiaszka może być rosyjska narracja aneksji Krymu przedstawiana międzynarodowej opinii publicznej jako skutek stosowania w praktyce politycznej jednej z naczelnych zasad prawa międzynarodowego – prawa do samostanowienia narodów. Strona rosyjska powoływała się

<sup>14</sup> Por. T.A. WALTON: *Brief on China's Three Warfares*. Delex Special Report-3; <http://www.delex.com/data/files/Three%20Warfares.pdf> [dostęp: 22.11.2018].

<sup>15</sup> M. RASKA: *China and the 'Three Warfares'*. „The Diplomat”, 18.12.2015; <https://thediplomat.com/2015/12/hybrid-warfare-with-chinese-characteristics-2> [dostęp: 22.11.2018].

<sup>16</sup> Jak jednak zauważa Beata Ociepka, metod wojny psychologicznej, walki informacyjnej i propagandy wojennej nie można zaliczyć do arsenału środków dyplomacji publicznej, gdyż nie spełniają one – zdaniem badaczki – wymogu symetryczności i otwartości. Zob. B. OCIEPKA: *Miękka siła i dyplomacja publiczna Polski*. Warszawa 2013, s. 99.

<sup>17</sup> B. PISKORSKA: *Soft power w polityce UE wobec państw Partnerstwa Wschodniego*. Lublin 2017, s. 73.



również przy tym na precedens uchwalonej w trybie jednostronnym deklaracji suwerenności Republiki Kosowa<sup>18</sup>.

Warto także zwrócić uwagę, że omawiana powyżej triada znajduje zastosowanie przy analizie rosyjskiej koncepcji wojny informacyjnej, przy czym w przypadku rosyjskim jest to zdobycie przewagi informacyjnej (rozumianej jako skuteczne wprowadzenie do dyskursu medialnego własnej narracji) w rezultacie intoksykacji propagandowej<sup>19</sup>. Chińskim celem jest natomiast pozyskanie zazwyczaj – z nielicznymi wyjątkami – międzynarodowej opinii publicznej, zwłaszcza iż kulturową dominację zwesternizowanego stylu życia i globalizację kultury popularnej zaczyna uzupełniać atrakcyjność kultury Dalekiego Wschodu, a w szczególności jej chińskiej odmiany<sup>20</sup>.

Działania ze strony Państwa Środka bliższe są więc istocie „miękkiej siły” Josepha S. Nye’a. Zdaniem tego autora *soft power* określa się „zdolnością otrzymania tego, czego chcesz, dzięki atrakcyjności raczej niż za pomocą przymusu lub zapłaty. Wyrasta ona z atrakcyjności kultury danego kraju, ideałów politycznych i realizowanej polityki [...], zdolności przeciągania innych na naszą stronę”<sup>21</sup>. Beata Piskorska stwierdza natomiast, iż *soft power* to „bardziej delikatna, pośrednia metoda korzystania z zasobów potęgi, w przeciwieństwie do przymusu. Dzięki *soft power* państwo może osiągać swoje cele w stosunkach międzynarodowych, ponieważ inne państwa chcą z nim współpracować i akceptują jego system wartości”<sup>22</sup>. Zdaniem Piskorskiej wzrost znaczenia *soft*

<sup>18</sup> Nadmienić należy jednak, że prawo do samostanowienia *de facto* odnosi się do obszarów kolonialnych i nie oznacza jednocześnie prawa do secesji bez poszanowania integralności terytorialnej. Por. R. RAJCYK: *System konstytucyjny Kosowa*. Katowice 2016, s. 9.

<sup>19</sup> Strona rosyjska stosuje metody oddziaływania psychologicznego, czyli operacje psychologiczne, w głównej mierze posługując się dezinformacją, ale też groźbą użycia lub też użyciem w sposób ograniczony i w niewielkim zakresie siły militarnej. Przykładem jest użycie tzw. zielonych ludzików (żołnierzy wojsk specjalnych bez oznaczeń przynależności państwowej) na Krymie w 2014 roku oraz staranowanie ukraińskiej wojskowej jednostki pływającej na Morzu Azowskim pod koniec listopada 2018 roku w celu zamanifestowania audytorium międzynarodowemu swojej interpretacji prawnego pojęcia wód terytorialnych. Medialne oddziaływanie obejmuje natomiast manipulowanie przekazem w postaci dystrybucji selektywnych schematów narracyjnych.

<sup>20</sup> Zainteresowanie to wykorzystuje Chińska Republika Ludowa, która tworzy globalną sieć nauczania języka i kultury chińskiej jako część projektu „wielkiego odmłodzenia narodu chińskiego”. W jego realizację zaangażowane jest ponad 1,5 tys. placówek – Instytutów Konfucjusza – w 140 państwach, z których korzysta 1,4 mln osób. Szerzej na temat chińskiego oddziaływania pisze Diego Torres. Zob. D. TORRES: *China’s soft power offensive*, 26.12.2017; <https://www.politico.eu/article/china-soft-power-offensive-confucius-institute-education> [dostęp: 28.11.2018]. Więcej na temat projektu „wielkiego odmłodzenia narodu chińskiego”, który oznacza redefinicję chińskiej pozycji międzynarodowej pisze Dmitry V. Kuznetsov. Zob. D. KUZNETSOV: *The Chinese Nationalism and Foreign Policy Component in Mass Consciousness in China*. In: *Overcoming controversies in East Asia*. Ed. T. KAMIŃSKI. Łódź 2017, s. 29.

<sup>21</sup> J.S. NYE: *Soft power. Jak osiągnąć sukces w polityce światowej*. Tłum. J. ZABOROWSKI. Warszawa 2007, s. 25–26.

<sup>22</sup> B. PISKORSKA: *Soft power w polityce UE...*, s. 54.

*power* to skutek zmiany zapotrzebowania na sposób stosowania siły w stosunkach międzynarodowych<sup>23</sup>. Innymi słowy *soft power* to normy, wartości oraz kultura, które czynią dane państwo atrakcyjnym. W znaczeniu aksjologicznym zmiennymi będą zatem wartości polityczne takie na przykład, jak demokracja, model życia, ale także i sama jakość życia społeczeństwa określana przez poziom rozwoju ekonomicznego, który jednak można zaliczyć do elementów *hard power*.

J.S. Nye uważa jednak, że wśród „wydawców i liderów opinii wiarygodność jest kluczowym atutem i ważnym źródłem *soft power*. Reputacja staje się jeszcze ważniejsza niż w przeszłości, a polityczne zmagania obejmują tworzenie i niszczenie wiarygodności. Rządy współzawodniczą w wyścigu o zaufanie nie tylko z innymi rządami, ale z szerokim spektrum alternatywnych źródeł opinii, które obejmują media, korporacje, organizacje pozarządowe, organizacje międzynarodowe i sieci środowisk naukowych”<sup>24</sup>. Robert Łoś prezentujący obszerny przegląd teoretycznych koncepcji ujęcia definicyjnego terminu *soft power* wskazuje z kolei, że „[w] odróżnieniu od *hard power* miękka siła jest zdolnością kształtowania cudzych preferencji. Polega w dużej mierze na atrakcyjności kultury podmiotu sterującego upodobaniami innych bądź na manipulowaniu przekazem politycznym trafiającym w oczekiwania innych. Miękka siła może być użyta skutecznie, gdy możemy ukształtować podmiot oddziaływania”<sup>25</sup>. Cytowany przez R. Łosia Steven Lukes, który krytycznie odnosi się do tradycyjnie pojmowanego *soft power* w duchu definicji J.S. Nye’a, podkreśla natomiast, iż miękka siła „daje możliwości manipulowania tym, co inni myślą, czego chce opinia, a zatem odnosi się do kształtowania pragnień”<sup>26</sup>. Zdaniem S. Lukesa twarda siła, czyli *hard power*, używana jest wówczas, gdy szansa na zmianę działania podmiotu jest niewielka z uwagi na podleganie przezeń oddziaływaniu innego państwa.

W obiegu naukowym istnieje też zyskująca na popularności koncepcja *smart power*. Jarosław Sadłocha wskazuje, że ani *soft power*, ani też *hard power* nie są na tyle uniwersalne, by mogły być stosowane samodzielnie, dlatego też *smart power* (pojęcie J.S. Nye’a – R.R.) rozumiana jest jako zintegrowana strategia polityki zagranicznej zakładająca łączenie instrumentów *hard* i *soft* w celu maksymalizacji efektywności polityki państwa w osiąganiu interesów narodowych<sup>27</sup>.

<sup>23</sup> B. Piskorska prezentuje szeroki wybór ujęć definicyjnych oraz istoty *soft power*. Ibidem, s. 55–66.

<sup>24</sup> J.S. NYE: *Soft power. Jak osiągnąć sukces...*, s. 144.

<sup>25</sup> R. ŁOŚ: *Soft power we współczesnych stosunkach międzynarodowych*. Łódź 2017, s. 135 (e-book).

<sup>26</sup> Ibidem, s. 138.

<sup>27</sup> J. SADŁOCHA: *Pomiędzy miękką a twardą siłą: smart power*. „Wrocławskie Studia Politologiczne”, nr 13/2012, s. 38–41.

### 3.2.1. Propaganda w dyplomacji publicznej

Relacja pomiędzy propagandą a dyplomacją publiczną łatwa jest do określenia, choć zdaniem Beaty Ocieпки niemożliwe jest wyznaczenie granicy dzielącej oba pojęcia, gdyż w wielu przypadkach nakładają się na siebie lub uzupełniają<sup>28</sup>. Autorka wskazuje też, że „[o]kres dyplomacji publicznej różni od okresu propagandy większa liczba uczestników oraz zmiana pozycji rządu, którego działania mają coraz częściej charakter koordynujący, a nie dominujący”<sup>29</sup>. Przegląd ujęcia definicyjnego dyplomacji publicznej obecnego w literaturze przedmiotu sprawdza tego rodzaju aktywność do kształtowania i wspierania pozytywnego wizerunku państwa poza jego granicami, co realizowane jest poprzez różne działania komunikacyjne związane z oddziaływaniem na zagraniczną opinię publiczną i które prowadzone są dostępnymi kanałami komunikacyjnymi, w tym także opartymi na nowych mediach.

Pomimo, że zarówno propaganda, jak i dyplomacja publiczna stanowią formy międzynarodowego komunikowania politycznego<sup>30</sup>, nie można ich uznać za pojęcia o tożsamym znaczeniu. Dyferencjacja polega na strukturze celów obu działań. Istotą propagandy jest oddziaływanie na zachowania, podczas gdy dyplomacja publiczna dąży do zmiany postaw, a ściślej do uzyskania poparcia audytorium zagranicznego.

W dyplomacji publicznej jednym z istotnych jest pojęcie *brandingu* narodowego<sup>31</sup> lub marki narodowej, które wiąże się nierozdzielnie z koncepcją efektu kraju pochodzenia. Marketingowe podejście sprowadza się do interpolowania przez konsumentów cech dystynktywnych produktów oferowanych przez producentów w danym państwie na sposób postrzegania tego kraju przez odbiorców komunikacji marketingowej. Z punktu widzenia problematyki niniejszej monografii należy zwrócić uwagę na perspektywę interpretacyjną marki narodowej postrzeganej w kategoriach zarządzania reputacją państwa, którą proponuje Marta Hereźniak<sup>32</sup>. György Szondi z kolei wskazuje na zarządzanie reputacją jako funkcję dyplomacji publicznej<sup>33</sup>.

Bez wątpienia jednak można postawić tezę, iż *branding* narodowy, czyli proces budowania marki narodowej, a więc kreowania wizerunku państwa

<sup>28</sup> Ibidem, s. 91.

<sup>29</sup> B. OCIEPKA: *Miękka siła i dyplomacja publiczna Polski*. Warszawa 2013, s. 90.

<sup>30</sup> W ujęciu zaproponowanym przez Stanisława Michalczyka cytowanego przez B. Ociepkę. Ibidem, s. 90–91.

<sup>31</sup> Na gruncie polskim obszernie problematykę *brandingu* narodowego prezentuje Marta Hereźniak. Zob. M. HEREŹNIAK: *Marka narodowa. Jak skutecznie budować wizerunek i reputację kraju*. Warszawa 2011.

<sup>32</sup> Ibidem, s. 98.

<sup>33</sup> G. SZONDI: *Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences*, 22.10.2008; <http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/nationbranding.pdf> [dostęp: 23.11.2018].

poprzez pryzmat marketingowy, stanowi element dyplomacji publicznej. W tym miejscu należy natomiast odnieść się do cytowanej przez B. Ociepkę interpretacji pojęcia *brandingu* autorstwa Geralda Sussmana, który „utożsamia *branding* z propagandą i generalnie nie wprowadza rozróżnień między propagandą, perswazją i *brandingiem*, który w jego ujęciu jest komercyjnym zastosowaniem propagandy”<sup>34</sup>.

Powstaje zatem pytanie o relacje pomiędzy *brandingiem* narodowym a propagandą. Emanacją takiej zależności jest wykorzystanie kampanii promocyjnych zbudowanych w oparciu o marketing miejsca, czyli koncepcję sprzedaży lokalizacji geograficznych jako samodzielnych produktów, na przykład turystycznych<sup>35</sup>. W odniesieniu do *brandingu* narodowego dotyczyć to będzie jednak państwa jako produktu. Przygotowane w tym celu materiały promocyjne, takie jak spoty reklamowe, ale też materiały informacyjne w postaci broszur i przewodników turystycznych, uznać można za propagandę białą o zewnętrznym charakterze.

Jest to jedynie możliwe ujęcie propagandy w kontekście dyplomacji publicznej będącej narzędziem *soft power*, jak już bowiem wielokrotnie wskazywano w niniejszej monografii, istotą „miękkiej siły”, podobnie jak i propagandy, jest co prawda wywieranie wpływu społecznego, niemniej jednak oba pojęcia różnicuje charakter tego oddziaływania.

Beata Ociepka zauważa jednak, że dyplomację publiczną „można uznać za jedną ze strategii politycznego komunikowania międzynarodowego, obok propagandy i międzynarodowych public relations”<sup>36</sup>.

### 3.3. Międzynarodowe nadawanie programów radiowych i telewizyjnych

Cytowany powyżej Eyton Gilboa, wyróżniając tzw. nową dyplomację publiczną, wymienił w jej składzie dyplomację medialną oraz pośredników medialnych, czyli środki masowego przekazu funkcjonujące w charakterze multiplikatorów. Można zatem przyjąć, iż chodzi tutaj o środki masowego przekazu jako narzędzia oraz jako aktorów dyplomacji publicznej, włącznie z użytkownikami nowych mediów. Współczesna komunikacja międzynarodowa realizowana jest zatem za pośrednictwem oraz z udziałem środków masowego przekazu i nowych mediów: społecznościowych i kontentowych.

<sup>34</sup> B. OCIEPKA: *Miękka siła...*, s. 101.

<sup>35</sup> Robert Stępkowski używa terminu *marketing terytorialny*, który definiuje jako zarządzanie rozwojem na danej przestrzeni administracyjnej. Por. R. STĘPKOWSKI: *Marketing terytorialny. Jak zbudować i wypromować markę miejscowości?*. Rawa Mazowiecka 2015, s. 16.

<sup>36</sup> B. OCIEPKA: *Miękka siła...*, s. 105.

W tym zaś kontekście samo międzynarodowe nadawanie programów radiowych i telewizyjnych uznać należy za przykład propagandy białej, zewnętrznej. Mowa tutaj o kanałach, najczęściej telewizyjnych, których dysponentami są nadawcy publiczni. Warto jednak w tym miejscu dokonać zróżnicowania tego rodzaju środków masowego przekazu. Z jednej strony będą to media adresowane do diaspory, których celem działania będzie przede wszystkim współpraca z diasporą rozumianą jako tradycyjne wspólnoty historyczne oraz tzw. emigracja współczesna, w tym między innymi ekonomiczna. Media adresowane do emigracji i diaspory będące w dyspozycji nadawców publicznych z oczywistych względów oferują контент programowy w językach narodowych, prezentując aktualną problematykę społeczno-polityczną państwa macierzystego, jak również środowisk emigracji współczesnej i diaspory<sup>37</sup>. Dystrybucja sygnałów tychże stacji telewizyjnych odbywa się najczęściej drogą satelitarną lub też streamingu internetowego. To ostatnie rozwiązanie zapewnia praktycznie nieograniczony zasięg techniczny nadawania. Wyjątek w tej materii stanowi kanał telewizyjny pod nazwą „TVR Moldova” adresowany do mieszkańców Republiki Mołdawii, a nadawany przez rumuńskiego nadawcę publicznego<sup>38</sup>. Kwestia ewentualnego zjednoczenia Mołdawii z Rumunią w aspekcie wspólnoty historycznej i językowej jest wykorzystywana instrumentalnie w bieżącej polityce mołdawskiej. Z tego narzędzia oddziaływania jako formy nacisku na opinię publiczną korzystają zwolennicy politycznego i gospodarczego zbliżenia z rosyjską koncepcją

<sup>37</sup> Przykładem są kanały telewizyjne Telewizji Polskiej – TVP Polonia oraz Televiziunea Română – TVR International. Por. <http://tvri.tvr.ro>, <https://polonia.tvp.pl> [dostęp: 24.11.2018]. Co ciekawe, w polskim systemie medialnym ofertę dla Polaków mieszkających za granicą – diaspory i emigracji – ma także komercyjna stacja TVN w postaci kanału TVN International dostępnego drogą satelitarną i poprzez sieci kablowe w USA, Kanadzie, Europie i Australii. Zob. <https://www.itvn.pl> [dostęp: 24.11.2018].

<sup>38</sup> Rumunię i Mołdawię łączy przede wszystkim wspólnota językowa. Z etnicznego punktu widzenia Mołdawianie nie są narodem, choć ze względów historycznych stanowią polityczną wspólnotę narodową. Tzw. Besarabia obejmująca tereny guberni besarabskiej pokrywające się w dużej mierze z terytorium obecnej Republiki Mołdawii od 1812 do 1918 roku znajdowała się w cesarstwie rosyjskim. Po zjednoczeniu wszystkich obszarów z dominującym etnosem rumuńskim w 1918 roku – tzw. Unirea Mare obchodzona jako święto państwowe Rumunii 1 grudnia – terytorium to aż do 1940 roku podlegało intensywnej rumunizacji z wyjątkiem położonych na lewym brzegu Dniestru obszarów Naddniestrza, które wchodziły w skład Mołdawskiej Autonomicznej Republiki Socjalistycznej w ZSRR. W latach 1941–1944 terytoria besarabskie wraz z Naddniestrzem znalazły się w granicach państwa rumuńskiego. Po wkroczeniu Armii Czerwonej do Rumunii, Besarabia i Naddniestrze utworzyły Mołdawską Republikę Socjalistyczną, która w 1991 roku ogłosiła secesję od ZSRR i stała się suwerennym państwem. Idea ponownego zjednoczenia z Rumunią na wzór z 1918 roku wciąż obecna jest w dyskursie publicznym w Mołdawii, choć nie w samej Rumunii. Z powodu kryzysu politycznego i gospodarczego w Mołdawii zyskuje coraz większą popularność w społeczeństwie (kilkanaście procent) wskutek *de facto* fiaska mołdawskich reform strukturalnych i pomimo obecności Mołdawii w projekcie Partnerstwa Wschodniego oraz nominalnie proeuropejskiego kursu w polityce zagranicznej.

współpracy euroazjatyckiej jako przeciwwagi dla europejskich aspiracji państwa, które jak dotąd okazały się fiaskiem.

Z drugiej strony z kolei obok kanałów telewizyjnych mających na celu utrzymanie więzi z diasporą i emigracją funkcjonuje również oferta programowa nadawców publicznych, której zadaniem jest kształtowanie elektronicznego wizerunku państwa nadawania<sup>39</sup>. W przeciwieństwie do projektów telewizyjnych adresowanych do diaspory kontent programowy emitowany jest przede wszystkim w języku angielskim traktowanym jako uniwersum komunikacyjne współczesnego świata lub też w innych popularnych wersjach językowych<sup>40</sup>.

### 3.4. Działalność informacyjno-prasowa

Pojęcie to interpretować można dwojako. W wąskim ujęciu i terminologii z dziedziny *public relations* będą to przede wszystkim relacje medialne, czyli utrzymywanie stałych kontaktów z przedstawicielami środków masowego przekazu w oparciu o aktualizowaną bazę danych z wykorzystaniem narzędzi w postaci konferencji i briefingów prasowych, informacji prasowych, *study tour* czy też wywiadów bezpośrednich z decydentami politycznymi i społecznymi. W znaczeniu *sensu largo* natomiast działalność informacyjno-prasową interpretować można jako prowadzenie polityki informacyjnej, którą rozumieć będziemy jako zestrukturalizowaną, skoordynowaną działalność polegającą na komunikowaniu publicznym. Na potrzeby niniejszej monografii przyjęto zatem założenie o komunikowaniu publicznym, którego celem jest wyjaśnianie decyzji podjętych przez instytucje publiczne i ich komunikacja odbiorcom wewnętrznym, jak i zagranicznym.

Istotą skutecznie prowadzonej działalności informacyjno-prasowej będzie więc synergia obu powyżej wymienionych wymiarów, przy czym warunkiem niezbędnym efektywności będzie spójna strategia informacyjna. Trudno bowiem tak scentralizować działalność informacyjno-prasową, aby realizowana była ona przez jedną tylko instytucję. To z zasady możliwe jest tylko w totalitarnych i autorytarnych reżimach politycznych, w których jedność przekazu determinowana jest systemowo. W przypadku reżimów demokratycznych cechą charakterystyczną jest natomiast wielość podmiotów prowadzących działalność informacyjno-prasową w szerokim i/lub wąskim znaczeniu terminu, dlatego też

<sup>39</sup> Szerzej o znaczeniu wizerunków elektronicznych pisze Eyton Gilboa. Zob. E. GILBOA: *Dyplomacja w epoce informacji...*, s. 41.

<sup>40</sup> Mowa tutaj np. o projekcie pod nazwą *Poland In* – internetowego kanału telewizyjnego nadawanego w języku angielskim w technologii streamingu. Wśród przykładów wymienić można ponadto m.in. Deutsche Welle czy też France International.



warunkiem koniecznym jest uwzględnienie w tej działalności racji stanu, którą traktować można jako punkt odniesienia w planowaniu strategicznym polityki informacyjnej. Działalność informacyjno-prasowa łączy zatem w sobie stosowanie narzędzi *media relations* oraz wydawanie dedykowanych publikatorów. Jest to więc proces zarządzania informacją, przy czym w przypadku podmiotów władzy państwowej – najczęściej władzy wykonawczej – uwzględniający także zarządzanie reputacją państwa.

Reasumując, trzeba wskazać, że działalność informacyjno-prasową trudno sklasyfikować jako propagandę w ujęciu nauk o komunikowaniu z uwagi na symetryczność tego rodzaju komunikowania oraz jego otwarty charakter. Jednakże uwzględniając podejście politologiczne do definiowania propagandy, działalność informacyjno-prasowa w tym kontekście interpretacyjnym to narzędzie oddziaływania propagandowego.

### 3.5. Pozycja propagandy w komunikacji strategicznej

Najczęściej spotykanym ujęciem definicyjnym komunikacji strategicznej jest operacjonalizacja tego pojęcia na poziomie koordynacji strategii działań w zakresie komunikowania. W tym nurcie wspomniana B. Ociepka uważa komunikację strategiczną za element długofalowego planowania, w którym przypisuje się odpowiednie środki dla zrealizowania najważniejszych celów w długim okresie. Z kolei w wąskim rozumieniu cytowanego przez badaczkę Marka Leonarda, komunikacja strategiczna oznacza aktywną współpracę z mediami w perspektywie długoterminowej, a podmiotem są rządy zlecające działania z zakresu dyplomacji publicznej. Tymczasem Agnieszka Szymańska proponuje kompleksowe podejście do terminu *komunikacja strategiczna*, określając tym mianem „całość założeń oraz zakres działań o charakterze strategicznym, koncepcyjnym, analitycznym, koordynacyjnym i wykonawczym, które za pomocą narzędzi komunikacyjnych i kreacji symbolicznej wartości kraju wpływają na realizację jego interesów w świecie poprzez kształtowanie postaw i opinii publicznej za granicą”<sup>41</sup>.

Agnieszka Szymańska wraz z Agnieszką Hess podkreślają natomiast, że dotychczas używany termin *komunikowanie międzynarodowe* „obejmowało proces jednokierunkowego przekazywania treści od instytucjonalnego nadawcy do odbiorcy, [który – R.R.] jest dzisiaj rozumiany jako wywieranie wpływu na organizacje, społeczności oraz ludzi innych kultur”<sup>42</sup>. Z tego powodu badaczki

<sup>41</sup> A. SZYMAŃSKA: *Rola mediów w strategicznej komunikacji zewnętrznej państwa – szkic teoretyczny*. „Zeszyty Prasoznawcze”. R. 57/2014, nr 2(2018), s. 278.

<sup>42</sup> A. HESS, A. SZYMAŃSKA: *Pomost medialny? Rola mediów w międzynarodowej komunikacji politycznej na przykładzie relacji polsko-niemieckich*. Kraków 2009, s. 11.



proponują użycie terminu *międzynarodowa komunikacja polityczna*, który ich zdaniem oddaje istotę wielokierunkowego i wieloaspektowego procesu przepływu, wymiany i kreacji informacji na poziomie międzynarodowym. W ślad za Stanisławem Michalczykiem A. Hess i A. Szymańska wymieniają cztery obszary oddziaływania współczesnej międzynarodowej komunikacji politycznej: dyplomację publiczną, działalność mediów międzynarodowych, politykę kulturalną oraz międzynarodowe *public relations*<sup>43</sup>.

Podsumowując dotychczasowe rozważania, przytoczyć można konstatację A. Szymańskiej, iż: „zadaniem strategicznej komunikacji zewnętrznej jest poprawa wizerunku i wzmocnienie pozycji gospodarczej i politycznej kraju na arenie międzynarodowej. Aby osiągnąć ten cel, w jej ramach na wielu płaszczyznach (makro, mezo, mikro) powinny być systematycznie realizowane strategicznie nakierowane i zintegrowane działania komunikacyjne, które – aby być skuteczne – winny być planowane długofalowo i koordynowane przez rząd, tworzący korzystne warunki i zachęcający do współdziałania także innych aktorów [...]. Mogą być nimi zarówno podmioty państwowe, niepaństwowe, instytucje publiczne, jak i osoby prywatne. Ich aktywizacja, poprzez budowę swoistej sieci nadawców pozytywnego przekazu na temat kraju, sprzyja wzmocnieniu wiarygodności tego przekazu, a przez to i zdobyciu zaufania różnego typu grup odbiorców tak poza granicami, jak i wewnątrz kraju. Treścią i obiektem przekazu są natomiast dotychczasowe osiągnięcia oraz bieżące działania z zakresu polityki, gospodarki, kultury i innych ważnych sfer życia społecznego kraju”<sup>44</sup>.

W ramach komunikacji strategicznej propaganda może być zatem obecna oraz wykorzystywana w różnych formach w operacjach informacyjnych i dezinformacyjnych oraz w ramach międzynarodowego nadawania programów radiowych i telewizyjnych.

<sup>43</sup> Ibidem, s. 11.

<sup>44</sup> A. SZYMAŃSKA: *Rola mediów w strategicznej komunikacji zewnętrznej...*, s. 282.

## **CZĘŚĆ II**

### **Propaganda Tajwanu i Chin kontynentalnych – studia przypadków**



## ROZDZIAŁ 4

# Propaganda Republiki Chińskiej (Tajwanu)

Przed przystąpieniem do analizy propagandy prowadzonej przez Republikę Chińską na Tajwanie dokonać należy prezentacji pozycji prawnomiędzynarodowej państw nieuznawanych, do kategorii których należy Republika Chińska z punktu widzenia prawa międzynarodowego. Niezbędne staje się zatem teoretyczne ujęcie definicyjne państw nieuznawanych. W literaturze przedmiotu obecne są co prawda określenia: państwa niesuwerenne, *quasi*-państwa, państwa nieuznawane, państwa kontestowane, pseudopaństwa, parapaństwa czy też państwa nieformalne<sup>1</sup>, ale w przypadku podmiotu będącego przedmiotem dociekań naukowych w niniejszej monografii określenie „państwo w państwie” jest niezbyt precyzyjne. Charles King wskazuje na przykład, iż państwa nieuznawane posiadają niekiedy tak dobrze rozwinięte cechy państwa, jak ich państwa macierzyste<sup>2</sup>. W zakresie pojęciowym w literaturze przedmiotu obecna jest także typologia Roberta Jacksona i Georga Sørensen’a wyróżniająca państwa suwerenne posiadające państwowość prawną i empiryczną oraz państwa niesuwerenne charakteryzujące się wyłącznie państwowością empiryczną<sup>3</sup>. R. Jackson i G. Sørensen klasyfikują w tej grupie oprócz Tajwanu także kanadyjski Quebec<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Więcej na ten temat pisze Marcin Kosienkowski – por. M. KOSIENKOWSKI: *Współpraca społeczności międzynarodowej z państwami de facto. Studium przypadków*. Lublin 2018, s. 32.

<sup>2</sup> Szerzej na temat terminologii M. KOSIENKOWSKI: *Quasi-państwa w stosunkach międzynarodowych*. „Stosunki Międzynarodowe – International Relations”. T. 38/2008, nr 3–4, s. 152.

<sup>3</sup> Więcej na ten temat zob. R. JACKSON, G. SØRENSEN: *Wprowadzenie do stosunków międzynarodowych. Teorie i kierunki badawcze*. Tłum. A. CZWOJDRAK. Kraków 2006.

<sup>4</sup> Wątpliwości budzić może jednak zaproponowane przez R. Jacksona i G. Sørensen’a ujęcie Quebecu w gronie państw niesuwerennych z państwowością empiryczną. Należałoby rozważyć sklasyfikowanie tej kanadyjskiej prowincji jako autonomicznej jednostki *quasi*-suwerennej niż jako parapaństwa.

#### 4.1. Państwa niesuwerenne w stosunkach międzynarodowych

Pierwszą kompleksową koncepcję państw *de facto* opracował Scott Pegg i stała się ona podstawą badań nad tymi podmiotami geopolitycznymi. Obejmuje ona tak kluczowe elementy, jak zorganizowane przywództwo polityczne popierane przez ludność, posiadanie zdolności świadczenia usług o charakterze użyteczności publicznej na efektywnie kontrolowanym przez siebie terytorium przez minimum dwa lata. Warunkiem niezbędnym nie jest jednak dążenie do uzyskania uznania prawnomiędzynarodowego<sup>5</sup>. Marcin Kosienkowski badając przykład Naddniestrzańskiej Republiki Mołdawskiej, na podstawie analizy tejże, konstruuje własną definicję państwa nieuznawanego jako bytu geopolitycznego posiadającego suwerenność materialną, charakteryzującego się jednocześnie realizowaniem funkcji państwa, ale brakiem suwerenności w wymiarze formalnym<sup>6</sup>. Ewa Mazur-Cieślik wskazuje jednak tutaj na ograniczoną zdolność traktatową<sup>7</sup>.

Vladimir Kolossov i John O'Loughlin definiują natomiast pseudopaństwa jako jednostki polityczne posiadające atrybuty niezbędne do funkcjonowania w warunkach pełnej państwowości – w tym suwerenną kontrolę nad swoim terytorium – a jako jedyny mankament wskazują brak powszechnego uznania międzynarodowego i szans na takowe w przyszłości lub chociaż uznanie częściowe. Typologię Marka Sobczyńskiego, którą przytacza Marek Śmigasiewicz, można uznać za wciąż użyteczną do wyodrębniania rodzajów parapaństw<sup>8</sup>. Oprócz państw powstańczych, autonomicznych jednostek *quasi*-suwerennych M. Sobczyński rozróżnia również jednostki efektywnie funkcjonujące z jednostkowym uznaniem międzynarodowym lub też jego pozbawionym oraz proklamacje o charakterze propagandowych aktów politycznych czy też komercyjno-propagandowych<sup>9</sup>.

Dov Lynch cytowany przez Marcina Kosienkowskiego zwraca natomiast uwagę na aspekt suwerenności zewnętrznej państwa samozwańczego, czyli niezależności od innych podmiotów. Ową niezależność należy interpretować w kategoriach materialnych, ale też formalnych, choć w bardzo ograniczonym charakterze z uwagi na częściową zdolność traktatową. John McGarry z kolei

<sup>5</sup> M. KOSIENKOWSKI: *Naddniestrzańska Republika Mołdawska. Determinanty przetrwania*. Toruń 2010, s. 17–18.

<sup>6</sup> Ibidem, s. 154–156.

<sup>7</sup> E. MAZUR-CIEŚLIK: *Casus Tajwanu jako inspiracja metodyczna dla rozwiązania niektórych konfliktów narodowościowych na terytorium byłego ZSRR*. „Bezpieczeństwo Narodowe”, nr 25/2013, s. 57–85.

<sup>8</sup> M. ŚMIGASIEWICZ: *Uwarunkowania geopolityczne państw nieuznawanych – casus Tureckiej Republiki Cypru Północnego*. „Przegląd Geopolityczny”. T. 9/2004, s. 187.

<sup>9</sup> Do tej ostatniej grupy niewątpliwie zaliczyć można *micronations*, a do przedostatniej Republikę Krymu istniejącą zaledwie kilkadziesiąt godzin po jednostronnej secesji od Ukrainy w 2014 roku.

przyczyniany przez tego samego badacza definiuje państwa *de facto* jako regiony istniejące po secesji od istniejących państw.

Obszerny przegląd koncepcji państw kontestowanych prezentuje wspomniany M. Kosienkowski. W ukazanych w cytowanej publikacji ujęciach definicyjnych autorzy podkreślają kryteria państwowości określone w Konwencji z Montevideo o prawach i obowiązkach państw, stopień uznania społeczności międzynarodowej oraz deklarację niezależności<sup>10</sup>, przy czym dla Niny Caspersen aspiracje niepodległościowe są jednym z wyznaczników definiowania parapaństwa, ale już dla twórcy pierwszej spójnej koncepcji państwa nieuznawanego, Scotta Pegga, nie jest to warunek dominujący<sup>11</sup>. Wymienieni w cytowanej monografii badacze, między innymi Raul Toomla czy Adrian Florea, uwzględniając wiele zmiennych, takich jak np. poparcie ludności, wpływ państw patronackich, suwerenność materialną czy też niezależność od państw macierzystych, wyliczają od 11 do 34 podmiotów politycznych – państw nieuznawanych istniejących lub zlikwidowanych – w okresie od zakończenia II wojny światowej do czasów współczesnych. Szczególna rola przypisywana jest Tajwanowi oraz Republice Kosowa traktowanym jako przypadki szczególne lub graniczne, przede wszystkim ze względu na zakres uznania międzynarodowego<sup>12</sup>, ale również i sposób powstania<sup>13</sup>.

W literaturze przedmiotu problematyczne jest także uwzględnienie w kategorii „państw nieuznawanych” tzw. Państwa Islamskiego<sup>14</sup> czy też Sahary Zachodniej<sup>15</sup>. W przypadku tego ostatniego terytorium problem dotyczy kwestii sprawowania władzy w Saharyjskiej Arabskiej Republice Demokratycznej<sup>16</sup>.

<sup>10</sup> M. KOSIENKOWSKI: *Współpraca społeczności...*, s. 32–44.

<sup>11</sup> M. ŚMIGASIEWICZ: *Uwarunkowania geopolityczne...*, s. 186.

<sup>12</sup> Jako przypadki szczególne wymienia się też dwie samozwańcze republiki ludowe we wschodnich obwodach Ukrainy. Republiki Ludowe Doniecką i Ługańską cytowany przez M. Kosienkowskiego Igor Lyubashenko określa mianem „udawanych *quasi*-państw”. Owe „jednostronnie proklamowane republiki”, jak nie wyklucza Siergiej Markiedonow, mogą zbudować własną państwowość. Zob. M. KOSIENKOWSKI: *Współpraca społeczności...*, s. 40.

<sup>13</sup> Republika Chińska nie wyodrębniła się z terytorium innego państwa jak Republika Kosowa. Kosowo jest jednak przypadkiem szczególnym z innego względu. Paweł Czubik wskazuje, że w odniesieniu do Kosowa mamy do czynienia „ze stworzeniem państwa przez organizację międzynarodową – podmiot wtórny prawa międzynarodowego stworzył podmiot, który winien być postrzegany jako podmiot pierwotny”. Por. P. CZUBIK: *Niepodległość Kosowa – niebezpieczeństwo dla zjednoczonej Europy? Krótki zarys problemu*; <http://www.europeistyka.uj.edu.pl/documents/3458728/84b381a4-5a69-430f-a66d-8e107a349859>, s. 131 [dostęp: 28.02.2019].

<sup>14</sup> Ian S. Spears nie wyklucza z grona parapaństw obszarów znajdujących się pod kontrolą watazków wojennych. Por. M. KOSIENKOWSKI: *Quasi-państwa...*, s. 157.

<sup>15</sup> Saharyjska Arabska Republika Demokratyczna rości sobie prawo do całego obszaru Sahary Zachodniej, ale faktycznie kontroluje około 30% tego terytorium. Więcej na temat tej problematyki w: A. KOSIDŁO: *Sahara Zachodnia. Fiasko dekolonizacji czy sukces podboju?* Gdańsk 2012.

<sup>16</sup> Salim Chazbijewicz wskazuje tutaj na Ludowy Front Wyzwolenia As-Sakijja al-Hamra i Rio de Oro (w skrócie: „Polisario”) rezydujący na emigracji w Algierii. Zob. S. CHAZBIJEWICZ: *Polityczny konflikt o terytorium Sahary Zachodniej*. „Forum Politologiczne”. T. 10/2010, s. 337–338.

Niektóre z prezentowanych klasyfikacji państw nieuznawanych obejmują również Palestynę. Według J. McGarry'ego niektóre państwa *de facto* to rezultat silnych tendencji separatystycznych z jednej strony i niechęci do uwzględnienia tychże ze strony społeczności międzynarodowej jako etap pośredni w osiągnięciu niepodległości<sup>17</sup>. Warto w tym miejscu zaznaczyć, iż w literaturze przedmiotu funkcjonuje określenie „państwa niekompletnego” (autorstwa Vladimira Kolossova i Johna O'Loughlina), które, jak się wydaje, doskonale oddaje sytuację tzw. Państwa Palestyńskiego.

Reasumując, wskazać należy, iż w niniejszej monografii *państwo nieuznawane* definiowane będzie jako byt geopolityczny realizujący przepisy Konwencji o prawach i obowiązkach państw, dysponujący suwerennością materialną w wymiarach zewnętrznym i wewnętrznym (rozdzielenie D. Lyncha), o proklamowanej suwerenności politycznej sprawowanej na terytorium efektywnie kontrolowanym przez rodzimą władzę publiczną pochodzącą z wyborów o różnym stopniu demokratyzacji oraz o różnym poziomie uznania suwerenności prawnomiędzynarodowej, a także o ograniczonej zdolności traktatowej. Można zatem sformułować na podstawie przedstawionych przesłanek określenie *państwo niepełne* jako znaczeniowo bardziej pojemne i adekwatne do stanu faktycznego niż na przykład termin *państwo w państwie*.

Przedmiotem współczesnych badań nad państwami *de facto* jest między innymi kwestia współpracy z nimi społeczności międzynarodowej<sup>18</sup>. Dotychczasowy pogląd sprowadzał się, jak utrzymuje M. Kosienkowski, do ignorowania lub zwalczania tychże podmiotów ze względu na łamanie przez nie prawa międzynarodowego poprzez naruszanie zasad integralności terytorialnej oraz nienaruszalności granic. Inny motyw dotychczasowego stosunku do państw *de facto* to nielegalność samodzielnego bytu państwowego wywodzona z jednostronnie proklamowanej suwerenności państwowej<sup>19</sup>. M. Kosienkowski wskazuje jednak, że: „[w] literaturze dotyczącej państw *de facto* – bytów formalnie będących integralną częścią państw określanych mianem macierzystych, ale faktycznie od nich niezależnych – tradycyjnie uważa się, że współpraca społeczności międzynarodowej z tymi jednostkami jest ograniczona i stanowi wyjątek od typowego postępowania, polegającego głównie na ich ignorowaniu lub też zwalczaniu. Uzasadnia się to przede wszystkim tym, że państwa *de facto* są postrzegane przez społeczność jako nielegalne byty, łamiące podstawowe normy prawa międzynarodowego, takie jak integralność terytorialna

<sup>17</sup> *De Facto States, The Quest for Sovereignty*. Eds. T. BAHCHELI, B. BARTMANN, H. SREBRNIK. London–New York 2004, s. 10–11.

<sup>18</sup> M. KOSIENKOWSKI: *Współpraca społeczności...*, s. 11.

<sup>19</sup> Jednakże przykład deklaracji suwerenności Republiki Kosowa stanowić może wyjątek w tej materii. Opinia doradcza Międzynarodowego Trybunału Sprawiedliwości w Hadze nie neguje legalności uchwalenia deklaracji niepodległości przez parlament Kosowa w Prisztinie 17 lutego 2008 roku.



oraz nienaruszalność granic, a także destabilizujące bezpieczeństwo międzynarodowe”<sup>20</sup>.

#### 4.1.1. Republika Chińska jako państwo nieuznawane

Republika Chińska na Tajwanie jako *państwo niepełne* jest uczestnikiem stosunków międzynarodowych pomimo braku powszechnego uznania jej suwerenności państwowej. Udział ten realizowany jest zarówno w formie zinstytucjonalizowanej, jak i w wymiarze funkcjonalnym. W odniesieniu do pierwszego przypadku należy jednak zwrócić uwagę, iż Tajwan nie bierze udziału w międzynarodowych stosunkach politycznych pod oficjalną nazwą państwa, z wyjątkiem utrzymywania pełnych stosunków dyplomatycznych z 18 państwami świata (głównie z Ameryki Południowej i wyspiarskich państw Pacyfiku, a w Europie jedynie ze Stolicą Apostolską). Uczestnictwo w organizacjach międzynarodowych, w tym także pozarządowych<sup>21</sup>, oraz międzynarodowych imprezach sportowych jest wypadkową oddziaływania politycznego Chińskiej Republiki Ludowej oraz pragmatyzmu władz tajwańskich, czyli przyjęcia *de facto* kompromisowego rozwiązania, które pociąga za sobą rezygnację z użycia symboliki odrębności państwowej, ale umożliwia dopuszczenie do międzynarodowego obrotu prawnego<sup>22</sup>. Brak użycia symboliki państwowej przejawia się przede wszystkim w udziale w międzynarodowych stosunkach gospodarczych, kulturalnych i politycznych w postaci obecności pod nazwą: „Chińskie Tajpej”<sup>23</sup>.

<sup>20</sup> M. KOSIENKOWSKI: *Współpraca społeczności...*, s. 11.

<sup>21</sup> Ministerstwo Spraw Zagranicznych Republiki Chińskiej wydało zalecenia dla tajwańskich organizacji pozarządowych korzystających z rządowego wsparcia finansowego w sprawie używania przez nie nazwy państwa. W dokumencie sugeruje się przede wszystkim użycie określenia *Republika Chińska* bądź *Republika Chińska (Tajwan)*, albo też wyłącznie *Tajwan*. W przypadku braku takiej możliwości zaleca się stosowanie nazwy organizacji lub też nazwy geograficznej – miasta siedziby organizacji. Więcej na ten temat piszą Lu Yi-hsuan oraz Sherry Hsiao. Zob. L. YI-HSUAN, S. HSIAO: *NGOs urged to avoid 'Chinese Taipei'*. „Taipei Times”, 17.12.2018; [http://www.taipeitimes.com/News/front/archives/2018/12/17/2003706256?fbclid=IwARlrpBtTpt5hYUdJDy0dP0n18TCV5kJ0vcke8VOXxM\\_nmUmT\\_Lvq-OIAiB0](http://www.taipeitimes.com/News/front/archives/2018/12/17/2003706256?fbclid=IwARlrpBtTpt5hYUdJDy0dP0n18TCV5kJ0vcke8VOXxM_nmUmT_Lvq-OIAiB0) [dostęp: 17.12.2018].

<sup>22</sup> Paweł Czubik wskazuje tutaj na uznanie odrębności prawnej systemu prawa cywilnego na Tajwanie przez Chińską Republikę Ludową i związane z tym uznanie skutków prawnych dokumentów tajwańskich. Por. P. CZUBIK: *Dokumenty z państw nieuznanych w obrocie cywilnoprawnym*. „Problemy Współczesnego Prawa Międzynarodowego, Europejskiego i Porównawczego”. T. 7/2009, s. 124–127.

<sup>23</sup> Szerzej na ten temat w: K. GAWLIKOWSKI: *Taiwan: spory o status wyspy i procesy transformacji*. W: *Azja Wschodnia na przełomie XX i XXI wieku. Studia i szkice. Przemiany polityczne i społeczne. Stosunki międzynarodowe i gospodarcze*. Red. K. GAWLIKOWSKI, M. ŁAWACZ. Warszawa 2004, s. 114.

Są jednak wyjątki, co prawda nieliczne, od tej reguły. W Światowej Organizacji Handlu Tajwan uczestniczy jako Wydzielony Obszar Celny Tajwanu, Penghu, Kinmen i Matsu (największe wyspy będące pod jurysdykcją władz Republiki Chińskiej – R.R.), na forum Azjatyckiego Banku Rozwoju natomiast występuje pod nazwą: Tajpej, Chiny, co – jak zauważa Christopher Hughes – sugerować może przynależność państwową w przeciwieństwie do określenia: „Chińskie Tajpej”, które to z kolei skorelowane jest z przynależnością do chińskiego kręgu kulturowego<sup>24</sup>.

Republika Chińska była jednym z założycieli Organizacji Narodów Zjednoczonych i do 1971 roku wchodziła także jako stały członek z prawem weta w skład Rady Bezpieczeństwa ONZ, ale wskutek decyzji o charakterze geopolitycznym została z organizacji wykluczona i w konsekwencji cofnięto *de iure* uznanie międzynarodowe Republice Chińskiej jako jedynej reprezentacji chińskiej na rzecz Chińskiej Republiki Ludowej (ChRL)<sup>25</sup>. Warto nadmienić także, iż Republika Chińska uznaje się za prawowity rząd całych Chin, tymczasowo rezydujący poza kontynentem. Obowiązuje tutaj tzw. konsensus 1992 będący efektem nieformalnego kompromisu zawartego w 1992 roku pomiędzy Chińską Republiką Ludową a Republiką Chińską, w którym obie strony uznają jednolitość terytorium chińskiego, ale z własną interpretacją tejże.

Podkreślenia wymaga także fakt, iż od czasu formalnego cofnięcia uznania Republiki Chińskiej przez USA, które weszło w życie 1 stycznia 1979 roku, tajwańskie władze niezależnie od proveniencji politycznej realizują politykę „niekonwencjonalnej dyplomacji” (tak Ewa Trojnar określa model relacji łączących Tajwan ze środowiskiem międzynarodowym<sup>26</sup>). Polegają one zarówno na utrzymywaniu regularnych stosunków dyplomatycznych z dotychczasowymi sojusznikami – ale zgodnie z „zasadą jednych Chin” oznaczającą możliwość uznawania tylko jednego państwa chińskiego – jak i na tworzeniu przedstawicielstw gospodarczych i kulturalnych w pozostałych państwach mających swoje ambasady w Pekinie<sup>27</sup>.

<sup>24</sup> Ch. HUGHES: *Taiwan and Chinese Nationalism. National Identity and Status in International Society*. London 1997, s. 49–50.

<sup>25</sup> Republika Chińska nie pozycjonuje się w tej narracji jako ofiara wykluczenia, propaguje natomiast pogląd o suwerennej decyzji opuszczenia systemu ONZ jako wyrazie sprzeciwu wobec geopolityki prowadzonej przez ówczesne światowe mocarstwa.

<sup>26</sup> E. TROJNAR: *Tajwan. Dylematy rozwoju*. Kraków 2015, s. 94.

<sup>27</sup> W Tajpej funkcjonuje Biuro Polskie, z kolei w Warszawie Biuro Kulturalno-Gospodarcze Tajpej. Por. pełny wykaz tajwańskich ambasad oraz przedstawicielstw Republiki Chińskiej w: <https://www.roc-taiwan.org> [dostęp: 4.11.2018].

## 4.2. Tajwanizacja Republiki Chińskiej na Tajwanie

W literaturze przedmiotu pojęcie *tajwanizacji* interpretowane jest najczęściej w ujęciu dychotomicznym. W wymiarze *sensu largo* odnosi się do ustrojowego podziału Chin, a zatem w tym kontekście *tajwanizacja* definiowana będzie jako proces tworzenia i przede wszystkim funkcjonowania państwowości tajwańskiej. W aspekcie *sensu stricto* natomiast *tajwanizacja* skorelowana jest z inkorporacją miejscowej ludności do elity władzy politycznej sprawowanej do 1988 roku praktycznie wyłącznie przez przedstawicieli partii nacjonalistycznej Kuomintangu, ewakuowanych z kontynentu wskutek przegranej wojny domowej w 1949 roku. W niniejszym rozdziale termin *tajwanizacja* używany będzie w węższym znaczeniu, choć uznać należy, iż obie interpretacje tegoż pojęcia są komplementarne względem siebie. Proces *tajwanizacji sensu stricto* zapoczątkowany został czynnikami natury politycznej. Są to decyzje Chiang Ching-kuo, prezydenta w latach 1978–1988, w tym legalizacja w 1986 roku pierwszej partii opozycyjnej, oraz koncepcja przeciwdziałania sinizacji wyspy lansowana przez pierwszego prezydenta pochodzącego z powszechnych wyborów Lee Teng-huei. Polityk ten koncentrował się na eksponowaniu jedności społeczeństwa tajwańskiego bez względu na pochodzenie etniczne oraz podziały wewnętrzne, które miały związek z dominacją imigrantów z kontynentu we wszystkich dziedzinach życia politycznego, społecznego oraz gospodarczego<sup>28</sup>.

Republika Chińska na Tajwanie w swojej historiografii sięga do proklamowanej w 1911 roku Republiki Chińskiej. Do dzisiaj rocznica wybuchu rewolucji Xinhai<sup>29</sup> to święto Dwóch Dziesiątek obchodzone na Tajwanie jako święto państwowe w celu upamiętnienia wybuchu powstania narodowego, które doprowadziło do obalenia ostatniego cesarza chińskiego Puyi z dynastii mandżurskiej Qing. W swojej ideologii politycznej Republika Chińska na Tajwanie odwołuje się z kolei do doktryny filozofii politycznej twórcy republiki Sun Yat-sena

<sup>28</sup> Rządząca Republiką Chińską na Tajwanie od 1949 roku, czyli od ewakuacji z kontynentu, partia nacjonalistyczna Kuomintang uchodzi za najbogatsze ugrupowanie polityczne na świecie. Majątek partyjny szacowany jest na ponad 800 mln dolarów amerykańskich. W lipcu 2016 roku uchwalono ustawę, która obligowała partie polityczne do zwrotu majątku i aktywów, w jakich posiadanie weszły nielegalnie, nacjonalizując mienie japońskich okupantów wyspy w 1945 roku, a także inwestując w przedsiębiorstwa i fundacje, monopolizując własnościowo strukturę gospodarki Tajwanu. Problem ten z oczywistych względów dotyczy tylko Kuomintangu, bo pozostałe partie ze względu na obowiązujący w Republice Chińskiej przez 38 lat stan wojenny mogły być legalnie rejestrowane dopiero po 1 stycznia 1989 roku. Szerzej na ten temat pisze Lawrence Chung. Zob. L. CHUNG: *Taiwan's Kuomintang in crisis as 'ill-gotten gains' law threatens to reverse party's fortune*. „South China Morning Post”, 18.09.2016; <https://www.scmp.com/news/china/policies-politics/article/2020328/taiwans-kuomintang-crisis-ill-gotten-gains-law> [dostęp: 17.12.2018].

<sup>29</sup> Wydarzenia zapoczątkowane 10 października trwały do połowy lutego 1912 i doprowadziły do obalenia cesarstwa.

uznawanego za „ojca narodu” po obu stronach Cieśniny Tajwańskiej i do sformułowanych przez niego trzech zasad ludowych – nacjonalizmu, demokracji i socjalizmu – interpretowanych zdaniem Jonathana Fenby’ego jako nacjonalizm (wolność od imperializmu), suwerenność ludu (oznaczająca demokrację) oraz dobrobyt ludu<sup>30</sup>.

Republika Chińska od czasu ewakuacji rządu nacjonalistycznego w Nankinie w 1949 roku i proklamowaniu 1 października 1949 roku na placu Niebiańskiego Spokoju w Pekinie Chińskiej Republiki Ludowej stała się symbolem podzielonego ustrojowo państwa. Paradoksalnie oba podmioty polityczne jednak przez blisko 40 lat łączyła forma rządów: dyktatura – w Pekinie pod wodzą Komunistycznej Partii Chin, a w Tajpei (stolicy *de facto*) wojskowej pod władzą stanu wojennego. Formuła prawna stanu wojennego pozwalała – po pierwsze – zachować władzę polityczną ewakuowanym z kontynentu, z formalnego zaś punktu widzenia – po drugie – ułatwiała prowadzenie działań zmierzających do odzyskania kontroli nad Chinami kontynentalnymi<sup>31</sup>.

Warto również wskazać, iż wraz z początkiem okresu dyktatorskich rządów Kuomintangu na Tajwanie zmiana uległa miejscowa struktura społeczna. Elitę władzy zdominowali Chińczycy ewakuowani z kontynentu, ale struktura etniczna nie zmieniła się w zasadniczy sposób<sup>32</sup> – 98% ludności to Chińczycy z grupy etnicznej Han, na Tajwanie tworzący dwie podgrupy: Hakka i Hoklo, oraz tajwańscy Aborygeni stanowiący 2% populacji<sup>33</sup>. Z politycznego punktu widzenia proces tajwanizacji ujmowany jako uwzględnienie w strukturze władzy Tajwańczyków (zamieszkujących wyspę przed 1949 rokiem), datowany jest na 1988 rok, kiedy to prezydentem Republiki Chińskiej został Lee Teng-hui pochodzący z podgrupy etnicznej Hakka, który sprawował swój urząd do 2000 roku. Wcześniej przez dekadę Tajwanem w reżimie stanu wyjątkowego rządził od 1978 roku najstarszy syn Chiang Kai-sheka – Chiang Ching-kuo, który to w 1987 roku zniósł rygory stanu nadzwyczajnego oraz rozpoczął proces demokratyzacji Tajwanu, przyczyniając się między innymi do powstania systemu

<sup>30</sup> J. FENBY: *Czang Kaj-Szek i jego Chiny*. Tłum. J. WŁODARCZYK. Wrocław 2010, s. 42–43.

<sup>31</sup> W związku z obowiązywaniem reżimu stanu wojennego nie przeprowadzano wyborów parlamentarnych, a mandaty sprawowali deputowani wybrani jeszcze przed ewakuacją z kontynentu. Nie funkcjonowały też partie polityczne poza koncesjonowanymi przez państwo.

<sup>32</sup> Na Tajwanie od 1949 roku funkcjonuje podział socjopolityczny: na miejscowych i przybyłych z kontynentu – wojskowych i urzędników z Kuomintangu. Zdominowali oni elitę władzy w Republice Chińskiej na Tajwanie, pomimo że ewakuowani stanowili jedynie 15% populacji wyspy, natomiast Hakka i Hoklo ponad 80%.

<sup>33</sup> Tajwańskie władze oficjalnie uznają istnienie 16 plemion aborygeńskich za rdzenną ludność wyspy. Najliczniejsze z nich to Amis – blisko 40% populacji rdzennej, Paiwan – około 20% tejże i Atayal – prawie 16% ogółu ludności aborygeńskiej. Por. <https://informatorekonomiczny.msz.gov.pl/pl/azja/tajwan> [dostęp: 27.10.2018]. Kompleksową analizę etnosów występujących na Tajwanie prezentuje Roman Sławiński. Zob. R. SŁAWIŃSKI: *Etnosy na Tajwanie*. „Krakowskie Studia Międzynarodowe”, nr 1/2011.

wielopartyjnego z dwoma ugrupowaniami dominującymi<sup>34</sup>. Sprawująca obecnie władzę polityczną Demokratyczna Partia Postępowa powstała właśnie wskutek owych zmian systemowych. Liderka tego ugrupowania Tsai Ing-wen, prezydent w kadencji 2016–2020, ma rodzinne konotacje z rdzennym plemieniem Paiwan, z którego wywodzi się jej babka. Co więcej, w programie politycznym Tsai uwzględniła kwestie zadośćuczynienia moralnego za dyskryminację rdzennej ludności Tajwanu. Przejawia się to między innymi w wymiarze aksjologicznym – ustanowienia 1 sierpnia Dniem Ludności Rdzennej oraz formalnym – oświadczeniem urzędu prezydenckiego z oficjalnymi przeprosinami pod adresem tajwańskich Aborygenów za 400 lat upokorzeń ze strony władz. W aspekcie instytucjonalnym polityka mniejszościowa w programie politycznym prezydent Tsai znajduje swoje odzwierciedlenie w utworzeniu specjalnej komisji ds. mniejszości rdzennych<sup>35</sup>.

Proces tajwanizacji Republiki Chińskiej – obok ujęcia etnicznego i politycznego – definiowany może być także w wymiarze tożsamościowym jako kształtowanie się oddzielnej, regionalnej tożsamości politycznej ludności wyspy. Od 1992 roku, kiedy to doszło do zawarcia nieformalnego kompromisu pomiędzy Chińską Republiką Ludową a Republiką Chińską w sprawie interpretacji tzw. zasady jednych Chin, wzrasta odsetek Tajwańczyków deklarujących tożsamość tajwańską, a nie chińską. Wzrost jest ponad trzykrotny na przestrzeni dwóch dekad (z 17% do ponad 60%)<sup>36</sup>. Podkreślenia wymaga jednak fakt, iż regionalna tożsamość tajwańska z punktu widzenia etnicznego jest tożsamością chińską, paradoksalnie nawet w znacznie większym stopniu niż ta w wersji kontynentalnej z uwagi na kultywowanie na Tajwanie niektórych tradycji chińskiej dynastii Ming (1368–1644), ostatniej dynastii chińskiej obalonej przez Mandżurów, którzy

<sup>34</sup> Do tego czasu na Tajwanie funkcjonowały 2 inne ugrupowania dotowane przez Kuomintang, które – jak pisze Roman Sławiński – założono jeszcze na kontynencie: Socjaldemokratyczna Partia Chin oraz Młode Chiny. Zob. R. SŁAWIŃSKI: *Historia Tajwanu*. Warszawa 2001, s. 96. Co ciekawe, po odejściu z Kuomintangu grupy działaczy o lewicowych poglądach i nawiązaniu przez nich współpracy z Chińską Partią Komunistyczną utworzyli oni w 1948 roku partię polityczną działającą do dzisiaj w Chińskiej Republice Ludowej pod nazwą Rewolucyjny Komitet Chińskiego Kuomintangu, której celem jest między innymi zjednoczenie obu państw chińskich. Zob. <http://www.minge.gov.cn> [dostęp: 4.11.2018].

<sup>35</sup> Aborygeni tajwańscy dysponują również dedykowaną stacją radiową Alian Radio (z języka Paiwan *alian* oznacza 'dobrzy przyjaciele') nadającą od 2017 roku programy w językach 16 plemion aborygeńskich, jak również kanałem telewizyjnym emitującym program od 2014 roku. Obie instytucje prowadzone są przez Fundację Kultury Ludności Tubylczej. Warto zwrócić uwagę, iż ludność tubylcza z plemienia Amis prowadzi swoje placówki kulturalne w okolicach miasta Hualien, a Atayal – własne muzeum etnograficzne w miejscowości Wulai nieopodal Nowego Tajpej. Funkcjonuje także wirtualne muzeum Aborygenów tajwańskich: Shung Ye Museum of Formosan Aborigines. Zob. <http://www.museum.org.tw> [dostęp: 27.10.2018].

<sup>36</sup> Wśród młodych ludzi odsetek wskazań tajwańskich wynosi ponad 90%. Wspólną tożsamość chińską oraz tajwańską deklaruje co trzeci badany. Zob. R. RAJCZYK: *World's impact of Taiwanese media system*. „China Media Research”. Vol. 12/2016, no. 3, s. 74 i nast.

w efekcie ustanowili ostatnią dynastię cesarską w Chinach – Qing (1644–1912). Jak pisał wybitny badacz Tajwanu Roman Sławiński, chodzi przede wszystkim o kultywowanie na Tajwanie zwyczajów i tradycji pochodzących z prowincji chińskich sąsiadujących z Tajwanem – Guangdong i Fujian<sup>37</sup>.

Tożsamość narodową z kolei Melissa J. Brown definiuje jako „produkt kultury przodków, który nie uwzględnia indywidualnego aktu woli w zakresie przynależności i identyfikuje grupę jako wspólnotę historyczną, pozwalając jej w ten sposób odróżnić się od innych grup. Owe narracje opierają się przede wszystkim na wybranych wydarzeniach historycznych o charakterze socjopolitycznym, które umożliwiają pobudzenie poparcia dla generowanego na ich podstawie wspólnego pochodzenia lub kultury”<sup>38</sup>. Autorka typologizując tożsamość tajwańską, konceptualizuje ją jednocześnie w opozycji do tej kontynentalnej, która to odwołuje się do wielowiekowej chińskiej tradycji kulturowej. Z kolei Denny Roi zwraca uwagę na aspekt nacjonalizmu tajwańskiego<sup>39</sup>, który należy interpretować – podobnie jak wskazuje Timothy S. Rich – raczej w kategoriach dumy narodowej<sup>40</sup> niżli hegemonii na poziomie narodowościowym, co wynika również z konfucjańskiej zasady „niebiańskiego spokoju” przewidującej zgodną koegzystencję. Krzysztof Gawlikowski zwraca jednak uwagę na tożsamość tajwańską jako tożsamość „narodowego typu” o charakterze wyspiarskim<sup>41</sup>.

Można zatem postawić tezę, iż specyficzna tożsamość tajwańska mająca niewątpliwie chińskie implikacje etniczne w tym aspekcie nosi znamiona tożsamości regionalnej, zważywszy na ogromne zróżnicowanie etniczne narodu chińskiego, przy czym jednocześnie stanowić może wydzieloną tożsamość narodową w rozumieniu narodu politycznego, uwzględniając wyjątkowy – z historycznego punktu widzenia – charakter wyspiarskiej wspólnoty.

Termin *tajwanizacja* można uznać także za synonim demokratyzacji – modelowej transformacji systemowej od dyktatury do demokracji. Idea przewodnia zmian ustrojowych na Tajwanie zapoczątkowanych w 1988 roku związana jest bowiem z konfucjańską zasadą dobrego przykładu (ukazania rodakom z kontynentu dobrodziejstw demokracji i rozwoju gospodarczego – R.R.) oraz realizacją koncepcji Sun Yat-sena o etapie demokracji realizowanej przez wybieralne ciała przedstawicielskie<sup>42</sup>.

<sup>37</sup> R. SŁAWIŃSKI: *O zachowaniu tradycyjnych wierzeń i zwyczajów na Tajwanie*. „Krakowskie Studia Międzynarodowe”, nr 1/2009, s. 133–150.

<sup>38</sup> M. BROWN: *Is Taiwan Chinese? The impact of culture, power and migration on changing identities*. Berkeley–Los Angeles, 2004, s. 2–3.

<sup>39</sup> D. ROI: *Taiwan a political history*. New York 2003, s. 212.

<sup>40</sup> T. RICH: *Status for Sale: Taiwan and the Competition for Diplomatic Recognition*. „Issues & Studies”. Vol. 45/2009, no. 4, s. 159.

<sup>41</sup> K. GAWLIKOWSKI: *Taiwan: spory o status wyspy i procesy transformacji...*, s. 161.

<sup>42</sup> K. Gawlikowski wskazuje na poprzedzające ten etap dwa stadia rozwoju: początkowy – dyktatura wojskowa, a następnie opieka nad ludem oraz przyuczanie go do zasad demokracji. Por. K. GAWLIKOWSKI: *Taiwan: spory o status wyspy i procesy transformacji...*, s. 105.



Podkreślenia wymaga również fakt, iż demokracja w Republice Chińskiej na Tajwanie jest jedyną funkcjonującą chińską demokracją na świecie. Co prawda Specjalne Regiony Autonomiczne Hongkongu i Makao mają zapewnione pewne swobody demokratyczne przez okres maksymalnie pół wieku, co wynika z umów międzynarodowych zawartych przez rządy Wielkiej Brytanii oraz Portugalii z rządem Chińskiej Republiki Ludowej, niemniej jednak w porównaniu z Tajwanem rozwiązania ustrojowe w obu regionach autonomicznych nie mogą być pomimo tego traktowane jako porównywalne.

Podsumowując rozważania dotyczące kwestii tajwanizacji, uwzględnić również należy dyskurs poświęcony idei zjednoczeniowej, która *de facto* ewoluowała w stronę koncepcji pełnej niepodległości. Jak pisze Paul W. Hao, istotą polityki tajwańskich przywódców w okresie dyktatury Kuomintangu była wizja odzyskania władzy nad wszystkimi terytoriami chińskimi i likwidacja na kontynencie komunistycznej rebelii<sup>43</sup>, jak określano na wyspie ustrój panujący po drugiej stronie Cieśniny Tajwańskiej<sup>44</sup>. Proces tajwanizacji – demokratyzacji Republiki Chińskiej oznaczał trwałą obecność idei niepodległościowej w dyskursie publicznym. Paradoksalnie jednak to właśnie u liderów Kuomintangu – partii, która sprawowała dyktatorskie rządy w okresie stanu wyjątkowego proklamowanego 19 maja 1948 roku i zawieszeniu swobód obywatelskich w Okresie Narodowej Mobilizacji w celu Stłumienia Komunistycznej Rebelii – idea odzyskania władzy nad kontynentem przeobraziła się w koncepcję pragmatycznej niepodległości zakładającej współistnienie dwóch rządów chińskich uznających się wzajemnie za „podmioty polityczne”. Od 1992 roku z różnym natężeniem odnotowuje się kontakty pomiędzy stronami, które w 2015 roku doprowadziły do jedynego jak na razie spotkania na najwyższym szczeblu w Singapurze prezydentów Tajwanu i Chińskiej Republiki Ludowej<sup>45</sup>. Zróżnicowanie dyskursu niepodległościowego przejawia się między innymi w nazewnictwie państwa tajwańskiego. Zwolennicy zbliżenia z Chinami kontynentalnymi – utrzymania *status quo* (i ewentualnego stopniowego zjednoczenia) – używają określenia *Republika Chińska (na Tajwanie)*, podczas gdy zwolennicy pełnej niezależności wyspy – *Republika Tajwanu* lub *Tajwan*.

Przy założeniu, które formułuje Lech Antonowicz, że jeśli Republika Chińska na Tajwanie jest państwem samoistnym, to jest tylko sukcesorem państwa

<sup>43</sup> Agata Ziętek wskazuje tutaj na program polityczny skoncentrowany na nieutrzymywaniu jakichkolwiek kontaktów z kontynentem oraz nienegocjowaniu jakichkolwiek kompromisów. Zob. A. ZIĘTEK: *Aktualne problemy polityki zagranicznej Republiki Chińskiej na Tajwanie*. W: *Tajwan w stosunkach międzynarodowych*. Red. E. HALIŻAK. Warszawa 1997, s. 61–63.

<sup>44</sup> K. GAWLIKOWSKI: *Taiwan: spory o status wyspy i procesy transformacji...*, s. 118.

<sup>45</sup> Kontakty te prowadzone są na szczeblu niepaństwowym za pośrednictwem specjalnie powołanych organizacji: Stowarzyszenia Stosunków w sprawie Cieśniny Tajwańskiej (Association for Relations Across Taiwan Strait) w Chińskiej Republice Ludowej oraz Fundacji Wymiany poprzez Cieśninę (Strait Exchange Foundation) w Republice Chińskiej. Por. <http://www.arats.com.cn> oraz <http://www.sep.org.tw> [dostęp: 2.11.2017].



chińskiego. W świetle prawa międzynarodowego Republika Chińska nie może być uznana jako prawnomiędzynarodowy kontynuator państwa chińskiego, które uzyskało członkostwo w ONZ w 1945 roku, ponieważ „tożsamość i ciągłość prawnokonstytucyjna nie pokrywa się z tożsamością i ciągłością prawnomiędzynarodową”<sup>46</sup>.

### 4.3. Wymiary tajwańskiej propagandy

Status prawnomiędzynarodowy Republiki Chińskiej na Tajwanie, ale także odrębna tożsamość regionalna, oddziałują zarówno na zawartość, jak i kanały propagandy Tajwanu. Przede wszystkim znaczenia nabiera zróżnicowanie dwóch państw chińskich. Chińska Republika Ludowa jest to bez wątpienia państwo o charakterze autorytarnym, ale ze znacznym udziałem swobód ekonomicznych, których efekty wpływają na postawy społeczne mieszkańców kontynentalnej części Chin i kontrolowane są za pomocą technik propagandowych służących również utrwalaniu narracji propagandowej na potrzeby wewnętrznej polityki<sup>47</sup>. Z uwagi jednak na pozycję geopolityczną i gospodarczą oraz wsparcie polityczne ze strony mocarstwa światowego, Stanów Zjednoczonych, warto pochylić się nad propagandą Republiki Chińskiej, by ukazać nie tylko sposób funkcjonowania Tajwanu na arenie międzynarodowej w aspekcie komunikowania międzynarodowego, ale przede wszystkim metody i techniki komunikowania swojej odrębności, a także by ocenić ich efektywność.

W wymiarze geopolitycznym schematem narracyjnym dystrybuowanym przez władze i dysponentów propagandowych Chińskiej Republiki Ludowej pozostaje narracja kwestii tajwańskiej. Poza aspektem racji stanu<sup>48</sup> główna oś przekazu obejmuje pozycjonowanie komunikacyjne Tajwanu jako części terytorium chińskiego w postaci zbuntowanej prowincji<sup>49</sup>. Problematyka tajwańska przede wszystkim z uwagi na strategiczne znaczenie gospodarcze i jednocześnie militarne Cieśniny Tajwańskiej nie jest jednak zagadnieniem o wymiarze

<sup>46</sup> L. ANTONOWICZ: *Status prawnomiędzynarodowy Republiki Chińskiej na Tajwanie*. W: *Tajwan w stosunkach międzynarodowych*. Red. E. HALIŻAK. Warszawa 1997, s. 38–42.

<sup>47</sup> Zdaniem Kingsleya Edneya skutecznie umożliwia to kontrolę społeczeństwa. Zob. K. EDNEY: *The Globalization of Chinese Propaganda. International Power and Domestic Political Cohesion*. New York 2012, s. 157–158 (e-book).

<sup>48</sup> W Preambule do Konstytucji Chińskiej Republiki Ludowej enumeratywnie wskazano, iż: „Tajwan to część terytorium Chińskiej Republiki Ludowej. Obowiązkiem narodu chińskiego, w tym rodaków na Tajwanie, jest doprowadzenie do wielkiego dzieła zjednoczenia ojczyzny”.

<sup>49</sup> W roku 2000 Chińska Republika Ludowa opublikowała białą księgę kwestii tajwańskiej pt. *The One-China Principle and the Taiwan Issue* sankcjonująca „zasadę jednych Chin”. Por. [http://www.gov.cn/english/official/2005-07/27/content\\_17613.htm](http://www.gov.cn/english/official/2005-07/27/content_17613.htm) [dostęp: 4.11.2018].

wyłącznie regionalnym. Amerykańskie poparcie dla Tajwanu oraz współpraca z Republiką Chińską stanowią bowiem instrument oddziaływania Stanów Zjednoczonych na Chińską Republikę Ludową<sup>50</sup>.

Z uwagi na pozycję geopolityczną Chińskiej Republiki Ludowej oraz znaczenie Chin we współczesnej gospodarce światowej przypadek Tajwanu nabiera wyjątkowego znaczenia po uwzględnieniu przede wszystkim faktu, iż postępująca izolacja międzynarodowa Republiki Chińskiej<sup>51</sup> jest odwrotnie proporcjonalna do rosnącego udziału Republiki Chińskiej w stosunkach międzynarodowych w wymiarach gospodarczym, kulturalnym i społecznym<sup>52</sup>.

Rozpatrując problematykę propagandy Republiki Chińskiej, należy zwrócić uwagę przede wszystkim na kwestię dysponentów propagandowych. W celu uporządkowania wywodu naukowego warto dokonać usystematyzowania tej kategorii pojęciowej. Na potrzeby niniejszej monografii przyjęto podział dychotomiczny uwzględniający stopień ich zinstytucjonalizowania. Chodzi mianowicie o aktorów zinstytucjonalizowanych oraz niezinstytucjonalizowanych<sup>53</sup>. Podział ten ma charakter funkcjonalny, gdyż obok aktorów rządowych

<sup>50</sup> Pogląd ten jest powszechny w literaturze przedmiotu poświęconej pozycji prawnomiędzynarodowej Republiki Chińskiej. Na gruncie polskim obecny jest między innymi w pracach Marceliego Burdelskiego i Waldemara J. Dziaka. Por. M. BURDELSKI, W. DZIAK: *Republika Chińska na Tajwanie a ONZ*. Toruń 1999, s. 78. Kwestie te omawia też Andrzej Halimarski. Por. A. HALIMARSKI: *Spór o Tajwan*. Warszawa 1986, s. 260–261 oraz cytowana już Ewa Trojnar.

<sup>51</sup> W ciągu ostatnich dwóch lat spośród 22 państw 4 nawiązały stosunki dyplomatyczne z Chińską Republiką Ludową, zrywając je tym samym z Republiką Chińską. Może to mieć związek z wyraźnie krytycznym stosunkiem władz w Pekinie do prezydent Republiki Chińskiej Tsai Ing-wen, która nie cieszy się takim poziomem przychylności politycznej Pekinu, jak jej poprzednik z Kuomintangu, który w 2015 roku spotkał się z przewodniczącym ChRL w Singapurze.

<sup>52</sup> W aspekcie społecznym chodzi przede wszystkim o działalność tajwańskich organizacji pozarządowych na forum międzynarodowym oraz realizowanie projektów z zakresu pomocy rozwojowej.

<sup>53</sup> W pierwszej grupie wskazać należy przede wszystkim na aktorów rządowych. Ze względu na strukturę organów władzy państwowej i ich pozycję ustrojową szczególną uwagę należy poświęcić dualnej egzekutywie, a przede wszystkim pochodzącemu z wyborów powszechnych prezydentowi Republiki Chińskiej, który wybierany jest wraz z wiceprezydentem na czteroletnią kadencję. Wśród najważniejszych prerogatyw wymienić należy powoływanie premiera odpowiedzialnego politycznie przed parlamentem pochodzącym z wyborów powszechnych oraz formułowanie celów polityki zagranicznej, realizowanej jednak przez Yuan Wykonawczy (rząd – R.R.). Tradycyjną monteskiuszowską triadę władzy uzupełniają: władza kontrolna i egzaminacyjna (*de facto* zarząd nad służbą cywilną – R.R.). System pięciu rad, tzw. yuanów, to koncepcja opracowana przez wspomnianego powyżej Sun Yat-sena. Szerzej na ten temat pisze Ralph N. Clough. Por. R. CLOUGH: *The enduring influence of ROCOT today*. In: *Contemporary Taiwan*. Ed. D. SHAMBAUGH. Oxford 1998, s. 13. Yuan Kontrolny sprawuje natomiast funkcje charakterystyczne dla audytu i kontroli państwowej, podczas gdy Yuan Egzaminacyjny sprawuje nadzór nad procedurami rekrutacyjnymi i naboru do szeregów administracji państwowej. Pełny obraz tajwańskiego systemu konstytucyjnego prezentują Jan Rowiński i Wojciech Jakóbiec. Zob. J. ROWIŃSKI, W. JAKÓBIEC: *System konstytucyjny i przedstawicielski Tajwanu*. Warszawa 2015.

i pozarządowych, których działania przeanalizowane zostaną w dalszej części niniejszego rozdziału, zasygnalizować należy w tym miejscu istotne znaczenia, jakie ma aktor nieinstytucjonalizowany w postaci tajwańskiego społeczeństwa. Nie chodzi w tym miejscu bynajmniej o wspólnotę ujmowaną w kategoriach socjologicznych, ale o społeczeństwo w znaczeniu podmiotowości politycznej, czyli społeczeństwo obywatelskie. W literaturze przedmiotu jest ono definiowane na ogół jako zobowiązanie jednostek do działania na rzecz dobra wspólnego<sup>54</sup>. W ujęciu, o którym mowa powyżej, najbardziej użyteczny ze względu na charakter niniejszej książki będzie jednak nurt wspólnoty, który zdaniem Piotra Glišńskiego akcentuje dojrzałość tożsamości zbiorowych i solidarności grupowej<sup>55</sup>.

Na znaczenie nowego typu więzi z państwem opartej na obywatelskości zwraca natomiast uwagę Shelly Rigger cytowana przez K. Gawlikowskiego<sup>56</sup>. Wiąż ta ma charakter czysto polityczny związany z aktywnym udziałem w życiu politycznym. Można ją zatem określić mianem rosnącej świadomości obywatelskiej na Tajwanie, którą Grażyna Piechota charakteryzuje jako unikalną<sup>57</sup>. Przy tej okazji warto nadmienić, iż kształtowanie się wspomnianej powyżej relacji obywatel – państwo dowodzi zaangażowania jednostek w ochronę interesów zbiorowości oraz dobra publicznego. Bez wątpienia można tu wskazać na przykłady licznych protestów społecznych, które zazwyczaj nie są inspirowane przez partie polityczne, ale stanowią emanację interesów wspólnotowych<sup>58</sup>. Zmagania o kształt systemu edukacji, które prezentuje Inetta Nowosad, doprowadziły do rezygnacji z sinocentryzmu na rzecz edukacji regionalnej, z silnym akcentowaniem problematyki odrębności tajwańskiej we wszystkich jej wymiarach<sup>59</sup>.

<sup>54</sup> Przegląd definicji społeczeństwa obywatelskiego przedstawia Joanna Dzwonczyk, cytując między innymi Jerzego Szackiego, dla którego społeczeństwo obywatelskie to struktura pośrednicząca między tym, co państwowe, a tym, co prywatne. Inny nurt przytaczany przez wspomnianą autorkę odnosi się do pluralizmu rozumianego jako istnienie zróżnicowanych i skonfliktowanych interesów zbiorowych, które mogą być artykułowane i dla realizacji zbiorowych interesów można się dobrowolnie organizować. Istotną rolę odgrywa tutaj komunikacja pomiędzy segmentami społeczeństwa, które mediując, formułują konsensus. Zob. J. DZWONCZYK: *Determinanty rozwoju społeczeństwa obywatelskiego w Polsce po 1989 roku*. W: *Rola wyborów w procesie kształtowania się społeczeństwa obywatelskiego w Polsce*. Red. S. DROBZYŃSKI, M. ŻYROMSKI. Poznań 2004, s. 101–102.

<sup>55</sup> P. GLIŃSKI: *O społeczeństwie obywatelskim w Polsce: teoria i praktyka*. W: *Homo eligens. Społeczeństwo świadomego wyboru*. Red. D. GAWIN. Warszawa 1999, s. 113 i nast.

<sup>56</sup> K. GAWLIKOWSKI: *Taiwan: spory o status wyspy i procesy transformacji...*, s. 130.

<sup>57</sup> G. PIECHOTA: *Promoting the Image of a Country in the International Arena. Case Study: Taiwan*. „Global Journal of Advanced Research”. Vol. 2/2015, no. 10, s. 1637–1639.

<sup>58</sup> W sierpniu 2015 roku kilkuset studentów – doniesienia medialne mówiły nawet o 700 osobach – protestowało przeciwko nowej podstawie programowej, która w łagodnej formie prezentowała okres tzw. białego terroru w czasach dyktatury Kuomintangu.

<sup>59</sup> Początek lat 90. XX wieku oznacza intensywne działania społeczne zmierzające przede wszystkim do unowocześnienia tajwańskiego systemu edukacji oraz aktualizacji programów

O ile reforma edukacji została opracowana i wdrożona w efekcie społecznych nacisków, także w formie zinstytucjonalizowanej, to w tzw. rewolucji słoneczników rezultatem tego spontanicznego protestu stała się instytucjonalizacja wyrażonych wówczas postulatów politycznych. Wyodrębniony wtedy ruch społeczny określany medialnie jako Ruch Słoneczników był wyrazem spontanicznego sprzeciwu studentów tajwańskich uniwersytetów wobec decyzji o przyspieszonej ratyfikacji porozumienia z Chińską Republiką Ludową dotyczącego kwestii gospodarczych<sup>60</sup>. Rezultatem protestu w 2014 roku było utworzenie partii politycznej, która w wyborach przeprowadzonych w 2 lata po wydarzeniach stała się trzecią siłą polityczną w tajwańskim parlamencie, a część jej postulatów politycznych – artykułowanych także podczas rewolucji słoneczników – doczekała się implementacji do praktyki życia politycznego. Chodzi między innymi o projekt ustanowienia specjalnego mechanizmu monitorującego umowy zawierane z Chińską Republiką Ludową oraz obniżenie wieku, w którym przysługuje bierne prawo wyborcze.

Powstaje zatem pytanie o znaczenie tak definiowanego tajwańskiego społeczeństwa obywatelskiego w propagandzie Republiki Chińskiej. Opiera się ono przede wszystkim na koncepcji tzw. dyplomacji obywatelskiej będącej elementem dyplomacji publicznej, która służy do pozyskiwania zrozumienia dla celów narodowych w otoczeniu międzynarodowym<sup>61</sup>. To działania z zakresu komunikacji społecznej podejmowane i realizowane przez jednostki oraz grupy społeczne w celu pozyskania poparcia audytoriów i publiczności, zarówno zewnętrznych, jak i wewnętrznych. W tym drugim przypadku chodzi przede

---

nauczania w duchu apolitycznym oraz uwzględnienia wielokulturowego aspektu etnografii wyspy. Wprowadzono wówczas między innymi nauczanie języków miejscowych Aborygenów. W istotnym stopniu w reformie oświatowej uwzględniono również wpływ czynnika społecznego i zasadę neutralności światopoglądowej edukacji. Por. I. Nowosad: *Procesy demokratyzacji i tajwanizacji. O roli edukacji w kształtowaniu tajwańskiej tożsamości narodowej*. „Studia z Teorii Wychowania”. T. 9/2018, nr 1(22), s. 174–182.

<sup>60</sup> Protest trwający od 18 marca do 10 kwietnia 2014 roku polegał przede wszystkim na blokadzie siedziby parlamentu (Yuanu Ustawodawczgo). Obawy protestujących związane były z wejściem w życie porozumienia handlowego z kontynentem, które w ich opinii niesło ogromne ryzyko uzależnienia ekonomicznego Tajwanu od Chińskiej Republiki Ludowej, co zagrażało mogło z kolei stabilności politycznej wyspy. Pomimo kilkukrotnych prób opanowania okupowanego przez studentów budynku siłom policyjnym nie udało się doprowadzić w ten sposób do zakończenia protestu. Rządząca wówczas w Republice Chińskiej partia Kuomintang (KMT) opowiadała się za sukcesywnym zbliżeniem z Chinami kontynentalnymi. Pogląd taki lansowany jest w KMT od czasów przywództwa i zarazem prezydentury kraju w wykonaniu Lee Teng-hui. W 2016 roku po alternacji władzy i zwycięstwie w wyborach po ośmioletniej przerwie Demokratycznej Partii Postępu władze zdecydowały się na wycofanie zarzutów karnych, pod jakimi stawać mieli przed sądami uczestnicy okupacji budynku parlamentu 2 lata wcześniej. Oskarżono ich o włamanie do budynków rządowych.

<sup>61</sup> Taką interpretację celów dyplomacji publicznej prezentuje między innymi Hans Tuch. Por. H. TUCH: *Communicating with the world: US public diplomacy overseas*. New York 1990.

wszystkim o agregację poparcia. Wymieniona powyżej rewolucja słoneczników jest przykładem takich przedsięwzięć prowadzonych przede wszystkim z wykorzystaniem nowych mediów, które katalizują również percepcję społeczną, oddziałując na dyskurs medialny<sup>62</sup>. Warto też wskazać, iż rosnące wykorzystanie mediów społecznościowych i kontentowych w protestach społecznych może wpływać na radykalizację ich przebiegu ze względu na traktowanie tych wydarzeń w przestrzeni publicznej jako swego rodzaju wydarzeń atrakcyjnych medialnie<sup>63</sup>.

#### 4.3.1. Instytucjonalizacja propagandy Tajwanu

Biorąc pod uwagę cele tajwańskiej propagandy, wskazać należy przede wszystkim na ich dychotomiczny podział ze względu na strategiczny charakter – na geopolityczne i regionalne. W pierwszej grupie znajdzie się koncepcja przeciwdziałania chińskiemu oddziaływaniu międzynarodowemu<sup>64</sup> w postaci przede wszystkim zwalczania i neutralizowania narracji pozycjonującej Tajwan jako zbuntowaną chińską prowincję oraz komunikowanie dyskursu obejmującego problematykę suwerenności Republiki Chińskiej. Warto tutaj również wskazać, iż Tajwan w korelacji z „zasadą jednych Chin” Chińską Republikę Ludową określa mianem *obszaru kontynentalnego*. Stąd też w miejscowych aktach prawnych regulujących kwestie obejmujące swoim zasięgiem przedmiotowym terytorium Chińskiej Republiki Ludowej stosuje się sformułowania *obszar Tajwanu* (w ujęciu podmiotowości administracyjnej, a nie politycznej – R.R.) oraz *obszar kontynentu*.

Formułowanie drugiej grupy celów dotyczy pozycji Tajwanu w regionie Azji i Pacyfiku. W tym kontekście komunikacja koncentruje się na oddziaływaniu propagandowym w celu pogłębiania współpracy regionalnej głównie w dziedzinach: kultury, gospodarki oraz bezpieczeństwa. Przykładem jest inicjatywa polityczna prezydent Republiki Chińskiej Tsang Ing-wen (kadencja 2016–2020)

<sup>62</sup> Problematykę wykorzystania nowych mediów podczas rewolucji słoneczników analizuje Grażyna Piechota. Por. G. PIECHOTA: *Network Communities as an Expression of Inclusive Culture of Participation in Political Protests: The Sunflower Movement Case Study*. „Communication Today”. Vol. 9/2018, no. 2.

<sup>63</sup> G. PIECHOTA, R. RAJCZYK: *Media społecznościowe w protestach politycznych na przykładzie ukraińskiej rewolucji godności*. W: *Komunikowanie społeczne w dobie nowych mediów*. Red. D. PIONTEK, S. OSSOWSKI. Poznań 2017, s. 32.

<sup>64</sup> Ministerstwo Spraw Zagranicznych Republiki Chińskiej regularnie publikuje raporty dotyczące przykładów zakłócania przez Chińską Republikę Ludową tajwańskiej obecności na arenie międzynarodowej. Por. [https://www.mofa.gov.tw/en/Content\\_List.aspx?n=218D65026C0F1D37](https://www.mofa.gov.tw/en/Content_List.aspx?n=218D65026C0F1D37) [dostęp: 12.11.2018].

intensyfikowania współpracy regionalnej z 18 państwami Azji Południowej, Południowo-Wschodniej oraz Australii i Nowej Zelandii określana mianem New Southbound Policy<sup>65</sup>.

Pierwszy poziom instytucjonalizacji tajwańskiej propagandy odnosi się do struktur władzy politycznej. Wśród organów władzy państwowej Republiki Chińskiej wymienić należy w kontekście propagandy przede wszystkim Urząd Prezydenta, rząd (Yuan Wykonawczy), w tym Ministerstwo Spraw Zagranicznych, parlament (Yuan Ustawodawczy<sup>66</sup>) oraz organy administracji lokalnej. W strukturze Yuanu Wykonawczego funkcjonują: Departament Informacyjny, Departament Zarządzania Informacją oraz Departament Public Relations, których zadaniem jest prowadzenie działalności informacyjno-prasowej. Wskazać warto ponadto Ministerstwo Spraw Zagranicznych. W ramach tajwańskiego MSZ funkcjonuje Departament Informacji Międzynarodowej, który zajmuje się przede wszystkim działalnością informacyjno-prasową wobec korespondentów prasy zagranicznej akredytowanych w Tajpej<sup>67</sup>.

Tajwański MSZ wspiera również instytucjonalnie współpracę międzynarodową miejscowego trzeciego sektora<sup>68</sup>. W przestrzeni publicznej oddziaływania organizacji pozarządowych zwrócić należy przede wszystkim uwagę na synergię działań sektorów prywatnego i państwowego. Koncentruje się ona między innymi w obszarze tajwańskiej pomocy rozwojowej. Realizuje ją w głównej mierze osoba prawna pod nazwą Międzynarodowy Tajwański Fundusz Współpracy i Rozwoju (Taiwan International Development and Cooperation Fund), zarządzając projektami z dziedziny rolnictwa, edukacji, ochrony środowiska, technologii informacyjnych oraz pomocy medycznej i zdrowia publicznego<sup>69</sup>. Z tą ostatnią dziedziną związany jest również projekt Taiwan International Health Action<sup>70</sup>. Wspólną inicjatywą tajwańskiego biznesu i ministerstwa gospodarki jest z kolei Tajwańska Rada Rozwoju Handlu Zagranicznego (Taiwan External Trade Development Council – TAITRA<sup>71</sup>), która jako organizacja non-profit koncentruje się na prowadzeniu dyplomacji ekonomicznej oraz promocji tajwańskiej gospodarki w świecie, realizując między innymi projekt Taiwan Excellence<sup>72</sup>.

<sup>65</sup> W wolnym tłumaczeniu: Nowa Polityka Względem Południa. Zob. <https://nsp.mofa.gov.tw/nsppe> [dostęp: 13.11.2018].

<sup>66</sup> Tajwański parlament prowadzi działania z zakresu tzw. dyplomacji parlamentarnej polegającej na utrzymywaniu stosunków międzynarodowych na poziomie parlamentarnym. Por. [http://www.ly.gov.tw/en/01\\_introduce/introView.action?id=11](http://www.ly.gov.tw/en/01_introduce/introView.action?id=11) [dostęp: 10.08.2017].

<sup>67</sup> <http://www.mofa.gov.tw/en/Organization.aspx?n=71C67D43CEB5EF3F&sms=A8F1FA2030B6089B#hash9823FDDC1781537C> [dostęp: 13.11.2018].

<sup>68</sup> W strukturze MSZ funkcjonuje Departament Współpracy Międzynarodowej Organizacji Pozarządowych. Zob. <https://www.taiwannngo.tw/p/412-1000-131.php?Lang=en> [dostęp: 13.11.2018].

<sup>69</sup> <http://www.icdf.org.tw/ct.asp?xItem=5265&CtNode=29856&mp=2> [dostęp: 13.11.2018].

<sup>70</sup> <http://www.taiwaniha.org.tw> [dostęp: 13.11.2018].

<sup>71</sup> <http://www.taitra.org.tw> [dostęp: 13.11.2018].

<sup>72</sup> <http://www.taiwanexcellence.org> [dostęp: 14.11.2018].



Wskazać należy na ponad 40 tys. organizacji pozarządowych, z których 5% prowadzi działalność zagraniczną i, jak zauważa Bonnie S. Glaser, funkcjonują w państwach, do których bez prowadzenia projektów z zakresu ochrony środowiska, usuwania skutków katastrof naturalnych, pomocy humanitarnej i medycznej nie miałyby dostępu ze względów prawnomiędzynarodowych<sup>73</sup>. Zdaniem autorki cytowanego raportu z jednej strony umożliwia to kształtowanie wizerunku Tajwanu jako odpowiedzialnego podmiotu na arenie międzynarodowej, z drugiej zaś strony pozwala na prowadzenie dyplomacji obywatelskiej w wąskim znaczeniu (tzw. *people-to-people diplomacy* – R.R.), która skutkuje budową wzajemnego zaufania. Gary D. Rawnsley zauważa, iż dyplomacja pozarządowa (tzn. realizowana przez organizacje pozarządowe) oraz dyplomacja obywatelska wyrażają wartość dodaną narodowego *soft power*, odzwierciedlając poziom kultury demokratycznej. Zdaniem tego autora stanowi to istotną przewagę konkurencyjną Tajwanu wobec Chińskiej Republiki Ludowej, w której to władza państwowa zarządza sektorem pozarządowym. Przy okazji badacz ten podkreśla także, że trzeci sektor ma zdolność nawiązywania i utrzymywania trwałych relacji i współpracy z zagranicznymi partnerami<sup>74</sup>.

W wymiarze instytucjonalnym istotne znaczenie w zakresie propagandy białej (zewnętrznej) ma również Biuro ds. Turystyki w Ministerstwie Transportu i Komunikacji<sup>75</sup> oraz rozgłośnia radiowa Radio Taiwan International<sup>76</sup>. Biuro ds. Turystyki pozostaje dysponentem propagandowym przede wszystkim komunikacji realizowanej za pośrednictwem nowych mediów, tj. serwisów społecznościowych i kontentowych oraz witryn internetowych, w tym również produktowych stron internetowych<sup>77</sup>.

#### 4.3.2. Wymiar funkcjonalny tajwańskiej propagandy

Obszary o kwestionowanej suwerenności prawnomiędzynarodowej biorąc udział w globalnej wymianie gospodarczej i kulturalnej, a także stosunkach politycznych, dzięki nowoczesnym technikom komunikacji uczestniczą w owych

<sup>73</sup> B.S. GLASER: *Taiwan's Quest for Greater Participation in the International Community. A Report of the CSIS Freeman Chair in China Studies*. Washington 2013, s. 28–29.

<sup>74</sup> G.D. RAWNSLEY: *Taiwan's Soft Power and Public Diplomacy*. „Journal of Current Chinese Affairs”. Vol. 43/2014, no. 3, s. 164.

<sup>75</sup> <http://eng.taiwan.net.tw> [dostęp: 13.11.2018].

<sup>76</sup> RTI nadaje swój program w kilkunastu wersjach językowych. Prowadzi m.in. kursy języka mandaryńskiego oraz popularyzuje kulturę. Zob. <https://www.rti.org.tw> [dostęp: 13.11.2018].

<sup>77</sup> Są to na przykład: <http://www.go2taiwan.net>; <http://ohbear.taiwan.net.tw>.



interakcjach w sposób dalece bardziej zinstytucjonalizowany i zintensyfikowany niż jeszcze ćwierć wieku temu. Mają możliwość udziału w globalnej wymianie informacyjnej oraz oddziaływania na społeczność międzynarodową poprzez wywieranie wpływu, by osiągać swoje cele komunikacyjne.

Funkcjonalny aspekt materializuje się między innymi w projektach realizowanych w oparciu o założenia celów propagandowych. Sprowadzają się one przede wszystkim do promocji demokracji i praw człowieka oraz pomocy rozwojowej obejmującej Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ. Przykładem tego ostatniego działania jest kampania informacyjna/operacja informacyjna realizowana w ramach projektu pod wspólnym hasłem: *UN Global Goals: Taiwan Can Help*<sup>78</sup>. Podkreślenia wymaga fakt, iż implementowanie wskazanych powyżej rozwiązań projektowych jest skorelowane ze strategicznym programem politycznym *New Southbound Policy*, co zapewnia z jednej strony efektywność działań w oparciu o ich synergiczność, z drugiej zaś jako element dyplomacji publicznej oddziałuje na wizerunek Tajwanu w świecie, pozycjonując Republikę Chińską jako odpowiedzialny podmiot stosunków międzynarodowych<sup>79</sup>.

Beata Ociepka zwraca uwagę na wzrastające znaczenie aktorów pozapaństwowych w kwestii kształtowania polityki zagranicznej oraz marki narodowej<sup>80</sup>. Kelly Gerard wymienia pośród nich między innymi organizacje pozarządowe<sup>81</sup>. Uwzględniając zatem jeden z ofensywnych celów tajwańskiej propagandy – promocję demokracji i praw człowieka jako instrumentu budowy międzynarodowego wizerunku Republiki Chińskiej i narzędzia dystynktywnego wobec Chińskiej Republiki Ludowej i jej dwóch specjalnych regionów autonomicznych (Hong Kong i Makao) – warto wskazać na projekt pod nazwą *Fundacja Tajwanu dla Demokracji* (*Taiwan Foundation for Democracy*) jako instytucjonalną

<sup>78</sup> Wymienić tu należy m.in. projekty: „Health for All: Leave no one behind” (<https://leavenoonebehind.com.tw/en/about.php>) czy też „A Promise to the Land: Combating the Climate Change” <https://www.youtube.com/watch?v=4KU0MqJyY&feature=youtu.be> [dostęp: 14.11.2018].

<sup>79</sup> Osobną kategorię w zakresie dyplomacji obywatelskiej stanowią zinstytucjonalizowane projekty wolontariatu międzynarodowego: Taiwan Youth Overseas Service i Taiwan ICDF Overseas Volunteers Service realizowane w ramach pomocy rozwojowej przez Międzynarodowy Fundusz Współpracy i Rozwoju oraz program Młodzi Ambasadorowie pod auspicjami Ministerstwa Spraw Zagranicznych. Taiwan Youth Overseas Service oraz Taiwan ICDF Overseas Volunteers Service. Oba projekty obejmują pracę wolontariuszy poza granicami Tajwanu. Więcej na temat wolontariatu międzynarodowego zob.: <http://www.icdf.org.tw/ct.asp?xItem=5380&CtNode=30227&mp=2> oraz <http://www.icdf.org.tw/lp.asp?ctNode=30466&CtUnit=172&BaseDSD=100&mp=2> [dostęp: 17.11.2018].

<sup>80</sup> B. OCIEPKA: *Nowa dyplomacja publiczna – perspektywa teorii stosunków międzynarodowych i komunikowania politycznego*. „Przegląd Strategiczny”, nr 1/2012, s. 129–139.

<sup>81</sup> K. GERARD: *ASEAN's Engagement of Civil Society Regulating Dissent*. New York 2014, s. 173–174.

emanację „eksportu” demokracji i jej umacniania na Tajwanie realizowaną za pośrednictwem projektów stypendialnych oraz naukowych<sup>82</sup>.

Biorąc pod uwagę cele tajwańskiej propagandy zarówno w wymiarze geopolitycznym, jak i regionalnym, wskazać należy, iż efektywność ich realizacji w sferze komunikacyjnej może być uznawana za wysoką. Taki poziom skuteczności osiągany jest w głównej mierze poprzez pozycję Tajwanu w globalnej wymianie gospodarczej oraz intensywne działania komunikacyjne adresowane do publiczności zewnętrznych. W tym znaczeniu bowiem istotą pozostaje przede wszystkim kwestia pozycjonowania się jako jedynej funkcjonującej chińskiej demokracji<sup>83</sup>.

Podkreślenia wymaga jednak fakt, iż realizowane projekty w ramach oddziaływania propagandowego na zewnętrzne grupy docelowe są względem siebie koherentne. Chodzi mianowicie o wzajemne przenikanie się na przykład warstw promocyjnej i kulturalnej. Kampanie promocyjne odnoszące się do turystyki obejmują między innymi aspekty kulturowe Tajwanu i na odwrót<sup>84</sup>. Przykładem mogą być z jednej strony kontent filmowy produkowany na rzecz internetowych wypożyczalni działających poprzez media strumieniowe<sup>85</sup>, z drugiej zaś międzynarodowa koprodukcja telewizyjna tajwańskiego nadawcy publicznego<sup>86</sup>. Osiągany dzięki takim działaniom efekt synergii oddziaływania

<sup>82</sup> <http://www.tfd.org.tw/opencms/english/index.html> [dostęp: 15.11.2018].

<sup>83</sup> Przy okazji można w tym miejscu podkreślić, iż swoisty „eksport” demokracji i wynikający z niego efekt dobrostanu narodowego leży u podstaw zmiany paradygmatu w tajwańskiej polityce wewnętrznej (zwrot ku demokracji Chiang Ching-kuo, prezydenta w latach 1978–1988), ale także zagranicznej.

<sup>84</sup> W tym miejscu warto wskazać, iż wymiana turystyczna stanowi formę dyplomacji obywatelskiej (*people-to-people diplomacy* – R.R.) adresowanej między innymi do Chińczyków z kontynentu, którzy odwiedzając Tajwan osobiście, doświadczają różnic i podobieństw panujących po obu stronach Cieśniny Tajwańskiej, na co wskazuje też Gary D. Rawnsley. Zob. G.D. RAWNSLEY: *Taiwan's Soft Power and Public Diplomacy*. „Journal of Current Chinese Affairs”. Vol. 43/2014, no. 3, s. 164. Atrakcyjność Tajwanu dla Chińczyków z kontynentu może być jednak kwestionowana, po pierwsze z uwagi na poziom socjalny życia, który gwałtownie rośnie w Chińskiej Republice Ludowej, a po drugie ze względu na determinowany wzrostem jakości życia odwrotnie proporcjonalny stosunek do kwestii wolności osobistej i praw człowieka tamże. Matthew Fulco wskazuje też na problem asymilacji i trudności formalno-prawne związane z osiedlaniem się Chińczyków z kontynentu na Tajwanie. Zgodnie z miejscowym ustawodawstwem nie są oni traktowani jako obcokrajowcy. Zob. M. FULCO: *Taiwan Attracting Fewer Chinese Immigrants*. Taiwan Business Topics; [https://topics.amcham.com.tw/2018/11/taiwan-attracting-fewer-chinese-immigrants/?fbclid=IwAR3VxlJ8wrUikzPIEZp\\_UHJ6EQtmSgyUqH9hSEcTv\\_mdcS9u7vCzC9DwpE](https://topics.amcham.com.tw/2018/11/taiwan-attracting-fewer-chinese-immigrants/?fbclid=IwAR3VxlJ8wrUikzPIEZp_UHJ6EQtmSgyUqH9hSEcTv_mdcS9u7vCzC9DwpE) [dostęp: 19.11.2018].

<sup>85</sup> Ministerstwo Kultury Republiki Chińskiej współfinansowało produkcję 4 seriali telewizyjnych. Zob. <https://taiwantoday.tw/news.php?unit=18&post=119361> [dostęp: 17.11.2018]. Z kolei 20-odcinkowy serial pt. *Tajwańska opowieść o dwóch miastach* zyskał dzięki obecności na platformie Netflix dostęp do odbiorców w 190 krajach świata.

<sup>86</sup> Przykładem jest koprodukcja Public Television Service oraz HBO Asia serial *The teenage psychic*. Por. <http://eng.pts.org.tw/2017/03/first-hbo-asia-pts-co-production.html> [dostęp: 17.11.2018].

propagandowego może się materializować w postaci z jednej strony zwiększenia ruchu turystycznego, z drugiej zaś we wzroście świadomości marki Tajwanu w świecie<sup>87</sup>. Uzyskiwany efekt perswazyjny wzmacnia przekaz o oddzielnej od chińskiej tajwańskiej tożsamości regionalnej i narodowej w ujęciu politycznym. Tego rodzaju wspólnota celów komunikacyjnych wynika również z działań realizowanych w związku z dyplomacją sportową. Rozgrywana w 2017 roku Letnia Uniwersjada w Tajpej czy też World Games (Igrzyska Sportów Nieolimpijskich – R.R.) w Kaohsiung w 2009 roku stanowią właśnie taki instrument oddziaływania marketingowego – promocja turystyczna kraju – ale też i perswazyjnego. W ten sposób między innymi dystrybuowany jest kontent związany przede wszystkim z udziałem Tajwanu w globalnej wymianie gospodarczej i powiązany z nią procesem kształtowania marki narodowej<sup>88</sup>.

W ramach działalności informacyjno-prasowej analizie poddać należy wydawanie i dystrybucję periodyków drukowanych adresowanych do publiczności zewnętrznych<sup>89</sup>. Po pierwsze dystrybuowane są zarówno w wersji *on-line*, jak i drukowanej dostępnej w biurach kulturalno-gospodarczych Tajpej na świecie. Po drugie, poruszają między innymi problematykę diaspory (Taiwan Panorama w wersji elektronicznej) i oferowane są w różnych wersjach językowych, w tym nie tylko w tych najpopularniejszych, ale także obejmujących języki państw będących przedmiotem projektu politycznego pod nazwą *New Southbond Policy*. Atrakcyjna szata graficzna i aktualna problematyka społeczna, ekonomiczna i kulturalna czynią z periodyków przystępne i kompletne źródło wiedzy o Republice Chińskiej i przemianach, które stają się jej udziałem<sup>90</sup>. Prezentowana na łamach periodyków problematyka odzwierciedla cele propagandowe Tajwanu.

Realizacja celów propagandowych Republiki Chińskiej przebiega w sposób usystematyzowany i skorelowany z głównym celem propagandowym, którym jest utrzymanie, ale przede wszystkim rozszerzanie przez Republikę Chińską swojej obecności na arenie międzynarodowej. Proces ten odbywa się z wykorzystaniem nowoczesnych kanałów komunikacyjnych, w tym głównie nowych

<sup>87</sup> Wartość marki Tajwanu szacowana jest na świecie na 469 mld dolarów. Zob. „*Nation Brands 2016*”. *The annual report on the world's most valuable nation brands*; <http://brandfinance.com/knowledge-centre/reports/brand-finance-nation-brands-2016> [dostęp: 11.08.2017].

<sup>88</sup> Przykładem może być projekt Trending Taiwan prezentujący Republikę Chińską jako innowacyjną lokalizację zarządzany przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych. Projekt ten funkcjonuje wyłącznie w mediach społecznościowych i kontentowych. Por. <https://www.youtube.com/channel/UC4yFGrMYnnRusraegYMIauw/about> oraz <https://www.facebook.com/trendingtaiwan> [dostęp: 17.11.2018].

<sup>89</sup> W tym kontekście wskazać należy także na oficjalną witrynę internetową Republiki Chińskiej zarządzaną przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych Tajwanu. Por. <https://taiwan.gov.tw> [dostęp: 28.02.2019].

<sup>90</sup> Wśród tytułów wymienić należy: dwumiesięcznik „Taiwan Review”, miesięcznik „Taiwan Panorama”, tygodnik „Taiwan Today”, „Republic of China. Yearbook” oraz „The Republic of China (Taiwan) at a Glance”.

mediów oraz międzynarodowego nadawania programu radiowego. Zauważalny jest jednak brak publicznej stacji telewizyjnej adresującej swój program dla odbiorców zagranicznych. Funkcjonujące kanały telewizyjne dostępne są w sieciach kablowych lub drogą transmisji satelitarnej, pozycjonują się jako skierowane do diaspory i mają prywatną strukturę własnościową<sup>91</sup>. Z jednej strony tłumaczyć to można względami finansowymi z uwagi na wysokie koszty utrzymania i funkcjonowania takiego kanału telewizyjnego, z drugiej zaś strony diaspora stanowi pozainstytucjonalny czynnik oddziaływania perswazyjnego między innymi w postaci lobbingu i chociaż priorytetem prywatnych nadawców jest maksymalizacja zysków, to jednak w ramach na przykład współpracy sponsorskiej można uzyskiwać dostęp i wpływać na diasporę w państwach jej zamieszkania.

Poszerzanie obecności Tajwanu na arenie międzynarodowej odbywa się przede wszystkim poprzez realizację operacji informacyjnych. W głównej mierze dotyczy to zinstytucjonalizowanych dysponentów propagandowych – administracji rządowej oraz instytucji typu joint-venture (rząd z biznesem). Tą samą metodą prowadzone jest przeciwdziałanie chińskiemu oddziaływaniu propagandowemu polegającemu na realizowanej przez Chińską Republikę Ludową politycznej izolacji międzynarodowej Tajwanu. W tym celu wykorzystuje się przede wszystkim kanały komunikacji w nowych mediach<sup>92</sup>, które zapewniają największy zasięg społeczny w dotarciu do publiczności zagranicznych oraz wywiady dla międzynarodowych agencji informacyjnych udzielane przez tajwańskich oficjeli, przeważnie prezydent Republiki Chińskiej lub ministra spraw zagranicznych.

Ta ostatnia aktywność, czyli wywiady prasowe, sankcjonuje funkcjonowanie Republiki Chińskiej jako suwerennego podmiotu zdolnego do uzyskiwania przewagi informacyjnej. Stanowić może jednocześnie przykład realizowania defensywnych celów propagandowych. Ofensywne cele prowadzą do uzyskania przewagi informacyjnej, co widoczne jest w pozycjonowaniu własnej agendy

<sup>91</sup> Na ogół kontent tych kanałów dostępny jest w regionie południowo-wschodniej Azji lub Ameryki Północnej jak na przykład ETTV Global. Por. TTV World: <https://www.ttv.com.tw/world>; CTi International: <http://www.ctitv.com.tw>; SET International: <https://www.settv.com.tw/#/> [dostęp: 28.02.2019].

<sup>92</sup> Przykładem oddziaływania propagandowego poprzez nowe media jest funkcjonowanie licznych witryn internetowych zarządzanych przez instytucje rządowe Tajwanu oraz dysponentów pozarządowych i nieinstytucjonalnych. Poza oficjalnymi kanałami organów władzy państwowej, w których obecne są przekazy i oświadczenia o charakterze politycznym – w tym te odnoszące się do poczyniń chińskich w środowisku międzynarodowym – dysponentci oferują kontent związany przede wszystkim z udziałem Tajwanu w globalnej wymianie gospodarczej i powiązanym z nią procesem kształtowania marki narodowej. Przykładem może być projekt Trending Taiwan prezentujący Republikę Chińską jako innowacyjną lokalizację, który jest zarządzany przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych. Projekt ten funkcjonuje wyłącznie w mediach społecznościowych i kontentowych. Por. <https://www.youtube.com/channel/UC4yFGrMYnnRusraegYMIauw/about> oraz <https://www.facebook.com/trendingtaiwan> [dostęp: 17.11.2018].

informacyjnej w światowym obiegu informacyjnym. Zazwyczaj dotyczy to komunikowania na temat projektów z zakresu pomocy rozwojowej i humanitarnej albo udziału w realizacji agendy zrównoważonego rozwoju ONZ<sup>93</sup>. Zwrócić należy także uwagę na zaangażowanie obywateli Tajwanu w realizowanie ofensywnych celów propagandowych. Przebiega to w postaci spontanicznego na ogół agregowania poparcia, najczęściej uzyskanego w drodze wykorzystania komunikacji sieciowej. Operacje informacyjne, o których tutaj mowa, dotyczą przede wszystkim problematyki tożsamości tajwańskiej i tym samym ograniczania chińskiego oddziaływania na międzynarodową opinię publiczną oraz świadczą o wysokim poziomie rozwoju tajwańskiego społeczeństwa obywatelskiego<sup>94</sup>.

Komplementarnym celem propagandowym jest natomiast wzmocnienie pozycji Republiki Chińskiej w międzynarodowych stosunkach gospodarczych, kwestia statusu prawnomiędzynarodowego ma natomiast w tych działaniach wtórny charakter<sup>95</sup>.

<sup>93</sup> Kolejny przykład odnoszący się do skutecznego włączania własnej narracji do dyskursu, tym razem medialnego, to operacja informacyjna Republiki Chińskiej przeprowadzona podczas Szczytu Klimatycznego ONZ w Katowicach w dniach 3–15 grudnia 2018 roku. W czasie trwania obrad tajwański przekaz o zaangażowaniu w problematykę międzynarodowej ochrony klimatu był bardzo intensywnie promowany. Tajwan, wobec braku uznania prawnomiędzynarodowego przez ONZ, oficjalnie nie został zaproszony na szczyt klimatyczny, uczestniczył jednak w wydarzeniach towarzyszących i był jednym z najbardziej widocznych wizualnie państw obecnych w Katowicach. Podczas trwania obrad konferencji klimatycznej ONZ COP24 na linii przebiegającej obok strefy obrad kursował tramwaj oklejony reklamą Tajwanu w ramach kampanii pod hasłem *Combating Climate Change – Taiwan Can Help*. Zob. K. EVERINGTON: *Taiwan Can Help' slogan posted on Polish trams*. Taiwan News, 6.12.2018; <https://www.taiwannews.com.tw/en/news/3590758> [dostęp: 6.12.2018]. W mieście pojawiły się również w widocznej liczbie plakaty tematyczne Tajwanu na temat zwalczania zmian klimatycznych.

<sup>94</sup> Dominująca idea tych działań sprowadza się do przesłania: *Tajwan to nie Chiny* lub *Tajwan to nie Chińskie Tajpej*. Komunikacja w mediach społecznościowych oznaczona jest takimi właśnie hashtagami.

<sup>95</sup> R. RAJCZYK: *Measures and objectives of Taiwanese digital diplomacy*. W: *Komunikowanie społeczne w dobie nowych technologii*. Red. D. PIONTEK, S. OSSOWSKI. Nowy Targ–Poznań 2017, s. 78.



## ROZDZIAŁ 5

# Chińsko-tajwańska wojna propagandowa

W niniejszym rozdziale analizie poddany zostanie przypadek pojedynku propagandowego pomiędzy dwoma państwami podzielonymi ustrojowo, przy czym pozycja polityczna obu uczestników nie jest tożsama z punktu widzenia prawa międzynarodowego. Specyficzny status prawnomiędzynarodowy Republiki Chińskiej wynika z uwarunkowań historycznych, a przede wszystkim geopolitycznych. Tajwan jako jedyne państwo o kwestionowanej suwerenności jest przykładem cofnięcia uznania międzynarodowego. Pozostałe *quasi*-państwa na świecie nie cieszyły się jak dotąd pełnym uznaniem społeczności międzynarodowej, a następnie je utraciły. Ten spektakularny przykład czyni z Tajwanu przypadek szczególny.

W poprzednim rozdziale przedstawiono funkcjonowanie tajwańskiego systemu propagandowego. Zarysowanie obrazu jego chińskiego odpowiednika umożliwi sformułowanie różnic i ich ewentualnego wpływu na uzyskiwanie przewagi informacyjnej w kontekście oddziaływania propagandowego. Sam proces oddziaływania propagandowego na publiczności zewnętrzną i wewnętrzną na potrzeby dalszych rozważań określać będę mianem *wojny propagandowej*, którą zdefiniować można również jako pojedynek na narracje. Ustalenie typów narracji poprzez kategoryzację problemową przekazów wybranych organizacji medialnych (treści o jakim charakterze dominują) oraz ich wydźwięku (jaki jest ton narracji) pomogą natomiast zrealizować cel badawczy niniejszego rozdziału.

### 5.1. Wymiary propagandy chińskiej

Chińska partia komunistyczna od momentu utworzenia traktowała propagandę jako narzędzie edukacji i wywierania wpływu na społeczeństwo<sup>1</sup>. Współ-

---

<sup>1</sup> Przywódca chińskich komunistów Mao Zedong sam był szefem wydziału propagandowego... Kuomintangu, w latach 20. XX wieku chiński Kuomintang współpracował z partią



czesny chiński system propagandowy ma charakter półzamknięty. Oznacza to, że dysponenti propagandowi mogą oddziaływać na system, ale owo oddziaływanie jest ograniczone, a bariery wejścia do systemu mają przede wszystkim charakter ideologiczny, linia programowa nie może bowiem naruszać określonych przez ChRL wartości ideowych, w chińskim kontekście specyficzne znaczenie mają też polityka kulturalna oraz system edukacyjny. Warto tutaj zwrócić uwagę na tradycję konfucjańską, która akcentuje rolę posłuszeństwa wobec władzy. Wszystkie wymiary komunikowania, tj. masowe, społeczne, publiczne i polityczne, są silnie zideologizowane, przy czym chińska specyfika propagandowa ma związek z funkcjonowaniem hybrydy wolnego rynku w postaci symbiozy ideologii z konkurencyjnością ekonomiczną oraz ideologizacją aparatu biurokratycznego jako podmiotu systemu propagandowego.

Istotnym elementem chińskiego systemu propagandowego jest system medialny. Austin Jun Luo wskazuje na kilka jego wymiarów: ideologiczny, rządowy, biznesowy, profesjonalny, indywidualny oraz kulturowy<sup>2</sup>. Obejmują one kolejno kontrolę ideologiczną ze strony partii komunistycznej, rządowy nadzór regulacyjny oraz administracyjny (cenzura), wolny rynek, indywidualny wpływ odbiorcy mediów oraz znaczenie kulturowe.

### 5.1.1. Wymiar ideologiczny

Jak pisze David Shambaugh, chiński system propagandowy tworzą dwa zintegrowane podsystemy: wewnętrzny i zewnętrzny<sup>3</sup>. Oba segmenty są silnie scentralizowane oraz zideologizowane. Ich podział ma charakter funkcjonalny. Podsystem propagandy wewnętrznej skoncentrowany jest na oddziaływaniu na chińskie społeczeństwo, segment zewnętrzny odpowiada natomiast za wywieranie wpływu na publiczności zagraniczne. Aspekt ideologiczny chińskiej propagandy ma związek ze sferą ideologiczną zdominowaną przez Komunistyczną Partię Chin<sup>4</sup>. Instytucjonalnie odpowiadają za nią komitety sterujące KPCh:

bolszewicką, która pomagała organizować partię nacjonalistów z wykorzystaniem własnych wzorców organizacyjnych. Członkowie założonej w 1921 roku Komunistycznej Partii Chin mogli wówczas wstępować w szeregi KMT bez konieczności rezygnacji z członkostwa w macierzystej partii. Późniejszy premier ChRL Zhou Enlai szefował natomiast propagandzie w akademii wojskowej Chiang Kai-sheka – kuźni wojskowych kadr Kuomintangu.

<sup>2</sup> A.J. Luo: *Media system in China: a Chinese perspective*. „International Communication of China Culture”. Vol. 2/2015; DOI: 10.1007/s40636-015-0012-3, s. 52.

<sup>3</sup> D. SHAMBAUGH: *China's Propaganda System: Institutions, Processes and Efficacy*. „The China Journal”, no. 57/2007, s. 31.

<sup>4</sup> W Chińskiej Republice Ludowej poza KPCh działa 8 partii, w tym założony przez szwagierkę Chiang Kai-sheka Rewolucyjny Komitet Kuomintangu skupiający jego przeciwników. Wszystkie te ugrupowania współpracują jednak z KPCh.

ds. Propagandy i Pracy Ideologicznej oraz ds. Postępu Etycznego i Kulturowego, które funkcjonują w strukturach KPCh i raportują bezpośrednio do Biura Politycznego. Nadzorują od strony partyjnej pracę ideologiczną aparatu oraz działalność propagandową. Na poziomie organizacyjnym dyrektywy ideowe formułowane przez oba komitety wdrażane są w pionie cywilnym i wojskowym. Pierwszy z nich obejmuje struktury partyjne: Centralny Departament Propagandowy KPCh i jego oddziały regionalne oraz lokalne, a także rządowe, tj. Biuro Prasowe Rady Państwa (rząd ChRL – R.R.), Naczelną Administrację Prasy i Publikacji (organ administracji *de facto* cenzorski<sup>5</sup>), Ministerstwa: Technologii Informacyjnych (zarządza komunikacją elektroniczną), Kultury, Edukacji. Pion wojskowy obejmuje natomiast struktury propagandowe funkcjonujące w Armii Ludowo-Wyzwoleńczej, w tym Główny Departament Polityczny oraz komitety partyjne.

### 5.1.2 Wymiar strukturalny

Segment zewnętrzny propagandy podlega ideologicznej kontroli ze strony Komitetu Sterującego ds. Propagandy oraz nadzorowi ze strony Centralnego Departamentu Propagandowego i Biura Prasowego Rady Państwa. Na poziomie wykonawczym działalność propagandową prowadzi Narodowa Administracja Radia i Telewizji, której podlega konglomerat medialny Voice of China<sup>6</sup>. Zadaniem spółki grupującej państwowych nadawców radiowych i nadawcę telewizyjnego jest promocja polityki partii komunistycznej oraz chińskiego punktu widzenia za granicą<sup>7</sup>.

Oprócz struktury Voice of China ofensywne cele propagandowe realizuje także segment prasowy, w skład którego wchodzi między innymi: dziennik „Global Times” (anglojęzyczny tabloid będący własnością naczelnego organu prasowego KPCh – „Dziennika Ludowego”), miesięcznik „China Today”<sup>8</sup> oraz

<sup>5</sup> Kingsley Edney zwraca uwagę, iż obecnie władze chińskie ze względu na charakter internetu jako struktury komunikacyjnej koncepcję pełnej kontroli treści zastąpiły cenzurowaniem priorytetowych kwestii wrażliwych z punktu widzenia polityki prowadzonej przez Pekin. Dotyczy to między innymi problematyki wolnego Tybetu albo przestrzegania praw człowieka w Państwie Środka. Zob. K. EDNEY: *The Globalization of Chinese Propaganda. International Power and Domestic Political Cohesion*. New York 2014.

<sup>6</sup> Voice of China to inna nazwa spółki China Media Group, w skład której wchodzi China Central Television, China National Radio oraz China Radio International.

<sup>7</sup> Szerzej na temat Voice of China pisze Steven Jiang. Zob. S. JIANG: *Beijing has a new propaganda weapon: Voice of China*. CNN, 21.03.2018; <https://money.cnn.com/2018/03/21/media/voice-of-china-propaganda-broadcaster/index.html> [dostęp: 28.02.2019].

<sup>8</sup> Założony w 1952 roku przez szwagierkę Chiang Kai-sheka. Obecnie ukazuje się w siedmiu wersjach językowych.

segment agencji informacyjnych: Xinhua i China News Service (druga co do wielkości chińska agencja informacyjna skoncentrowana na dostarczaniu wiadomości dotyczących Specjalnych Regionów Autonomicznych Hong Kongu i Makao oraz Tajwanu).

### 5.1.3. Kierunki chińskiej narracji propagandowej

Chińską narrację propagandową rozpatrywać należy w dwóch płaszczyznach zgodnych z podziałem miejscowego systemu propagandowego. W przypadku publiczności wewnętrznej wskazać trzeba na umacnianie ideologii chińskiego socjalizmu i jego osiągnięć gospodarczych, w tym technologicznych, oraz społecznych. Należy podkreślić, iż przez władze w Pekinie Tajwan traktowany jest jako problem polityki wewnętrznej wyrażający się narracją o zbuntowanej prowincji. Kwestia ta jest jednak bardzo istotna politycznie, gdyż znalazła swoje miejsce w preambule do konstytucji Chińskiej Republiki Ludowej, w której mowa jest o dziejowym zadaniu narodu chińskiego i rodaków na Tajwanie w postaci zjednoczenia<sup>9</sup>.

Z kolei w przypadku publiczności zewnętrznych oddziaływanie propagandowe skoncentrowane jest na prezentacji chińskiego punktu widzenia<sup>10</sup>. Chińskie media nie cieszą się jednak opinią obiektywnych i wolnych od wpływów ideologicznych<sup>11</sup>. Interpolowane jest to także na sposób postrzegania chińskich mediów nadających program za granicę. Ograniczanie tego zjawiska polega na zatrudnianiu zagranicznych dziennikarzy do pracy w platformie multimedialnej Central Global Television Network (CGTN)<sup>12</sup> oraz dominacji kapitału chiń-

<sup>9</sup> Tekst Konstytucji Chińskiej Republiki Ludowej dostępny na stronie: [http://www.npc.gov.cn/englishnpc/Constitution/2007-11/15/content\\_1372962.htm](http://www.npc.gov.cn/englishnpc/Constitution/2007-11/15/content_1372962.htm) [dostęp: 28.02.2019].

<sup>10</sup> Jian Wang wskazuje tutaj na działania związane z budowaniem marki narodowej jako przykład strategicznej narracji propagandowej. Zob. J. WANG: *Shaping China's Global Imagination. Branding Nations at the World Expo*. New York 2013, s. 422 i nast. (e-book).

<sup>11</sup> W zestawieniu wolności prasy przygotowywanym rokrocznie przez organizację Reportery bez Granic Chiny znalazły się na 176. miejscu na 179 sklasyfikowanych państw, podczas gdy Tajwan uplasował się na 42. pozycji. Por. 2018 World Press Freedom Index; <https://rsf.org/en/ranking/2018#> [dostęp: 28.02.2019].

<sup>12</sup> Platforma do 31 grudnia 2016 roku znana była na globalnym rynku telewizyjnym jako CCTV International, oferując контент w 6 wersjach językowych, w tym CCTV-9 po angielsku. Poddana rebrandingowi sieć, bez kanału CCTV-4 nadającego po mandaryńsku, pozycjonuje się obecnie, używając sloganu: *Zobacz różnicę*. Rozwój CGTN skorelowany jest z kierunkami globalnej polityki władz chińskich. Kонтent dostępny jest między innymi na kontynencie afrykańskim, gdzie Chiny lokują swoje zainteresowanie polityczne i gospodarcze, oraz w Ameryce Północnej, co wynika z konieczności poprawy wizerunku Chin po igrzyskach w Pekinie, które poprzedzone

skiego – prywatnego powiązanego ze strukturami państwa lub państwowego – w strukturze właścicielskiej lokalnych nadawców medialnych<sup>13</sup>, co należy uznać za formę fabrykowania wiarygodności ze względu na to, że struktura kapitałowa rzadko jest powszechnie znaną informacją oraz tym samym poszerzania zasięgu technicznego i społecznego oddziaływania propagandowego.

Można zatem wskazać, iż w przypadku propagandy wewnętrznej realizowane są cele komplementarne wspierające narrację o rodakach na Tajwanie, w odniesieniu do publiczności zewnętrznej – zagranicznej – wykonywane są natomiast cele ofensywne wyrażające się przekazem o „jednych Chinach”. Co więcej, schemat narracyjny o zbuntowanej prowincji tajwańskiej ma charakter koherentny, wszystkie jego elementy są wzajemnie spójne. Po pierwsze: oś narracyjna odwołująca się do tradycji kultury chińskiej, po drugie: przekaz skorelowany z konceptem narracyjnym w postaci programu politycznego o funkcjonowaniu dwóch systemów politycznych w jednym kraju, z jednoczesnym odwołaniem do przykładu Specjalnych Regionów Autonomicznych Hong Kongu i Makao.

Wykorzystanie tradycji i kultury chińskiej w schemacie narracyjnym dotyczy zarówno publiczności wewnętrznych, tj. rodzimej oraz rodaków na Tajwanie, jak i publiczności międzynarodowej w tym ostatnim aspekcie przybiera postać przede wszystkim funkcjonowania Instytutów Konfucjusza przyporządkowanych strukturalnie nadzorowi Państwowego Biura Międzynarodowej Promocji Języka Chińskiego (Hanban) afiliowanego przy Ministerstwie Edukacji Chińskiej Republiki Ludowej<sup>14</sup>. W odniesieniu do zewnętrznych grup docelowych oddziaływania dla Chińskiej Republiki Ludowej kultura stała się zatem narzędziem tzw. miękkiej siły i jest wykorzystywana w działaniach z zakresu dyplomacji publicznej<sup>15</sup>. Godne uwagi jest, że kulturę w tym aspekcie traktuje się wprawdzie jako formę oddziaływania perswazyjnego, ale nie podlega ona upolitycznieniu, czyli nie jest wykorzystywana jako nośnik ideologii, co niewątpliwie stanowi płaszczyznę komunikacji zarówno z publicznością zagraniczną, jak i rodakami

były relacjami sztafety olimpijskiej wzbogaconymi o treści protybetańskie oraz krytykujące stan przestrzegania praw człowieka.

<sup>13</sup> Szerzej o tym zjawisku na przykładzie działalności CGTN w Afryce piszą Louisa Lim i Julia Bergin. Zob. L. LIM, J. BERGIN: *Inside China's audacious global propaganda campaign*. „The Guardian”, 21.03.2018; <https://www.theguardian.com/news/2018/dec/07/china-plan-for-global-media-dominance-propaganda-xi-jinping> [dostęp: 28.02.2019].

<sup>14</sup> [http://english.hanban.org/node\\_7716.htm](http://english.hanban.org/node_7716.htm) [dostęp: 28.02.2019].

<sup>15</sup> Juan Pablo Cardenal, Jacek Kucharczyk, Grigorij Meseżnikov oraz Gabriela Pleschová proponują w odniesieniu do reżimów politycznych w Chińskiej Republice Ludowej oraz Federacji Rosyjskiej stosowanie terminu *sharp power* w miejsce *soft power* jako bardziej odpowiadającego charakterowi działań z zakresu wpływu społecznego. Badacze termin ten definiują jako negatywne oddziaływanie na środowisko polityczne i informacyjne metodami z zakresu *soft power*. Zob. J. CARDENAL, J. KUCHARCZYK, G. MESEŽNIKOV, G. PLESCHOVÁ: *Sharp power. Rising Authoritarian Influence*; <https://www.ned.org/wp-content/uploads/2017/12/Introduction-Sharp-Power-Rising-Authoritarian-Influence.pdf> [dostęp: 28.02.2019].

z Tajwanu. Z kolei do publiczności wewnętrznej na kontynencie adresowane są gry *on-line* nawiązujące do wojny chińsko-japońskiej w latach 1937–1945. Armia Ludowo-Wyzwoleńcza i cywilny pion propagandowy edukują w ten sposób graczy internetowych, kształtując pożądane postawy patriotyczne i społeczne.

## 5.2. Chińsko-tajwańska wojna informacyjna

Tajwańsko-chińska wojna informacyjna jawi się jako pojedynek na narracje, który doskonale obrazuje biblijna przypowieść o Dawidzie i Goliacie. Wbrew jednak literackiemu pierwowzorowi trudno wskazać jednoznacznie na zwycięzcę tych zmagających propagandowych. Obie strony, podobnie jak biblijni bohaterowie, dysponują zróżnicowanym potencjałem organizacyjnym, ekonomicznym i politycznym. Celem niniejszego rozdziału jest wykazanie, iż przewaga w dysponowaniu zasobami nie warunkuje dominacji informacyjnej, a efektywne wykorzystanie posiadanych narzędzi oddziaływania propagandowego pozwala na uzyskiwanie przewagi informacyjnej nawet przez podmiot o nieporównywalnie mniejszych zasobach.

Obie strony konceptualizują własne narracje w oparciu o zróżnicowane osie narracyjne. W celu ich ustalenia analizie ilościowej oraz jakościowej poddano przekazy medialne paralelnych instytucji i organizacji medialnych. Podkreślić należy również w tym miejscu przede wszystkim to, że w analizowanym przykładzie wojny informacyjnej na narracje propagandowe mamy do czynienia z dwoma różnymi systemami propagandowymi. Według typologii zaproponowanej w rozdziale pierwszym na Tajwanie występuje system o charakterze otwartym, w którym barierą wejścia jest jedynie kwestia posiadanych zasobów finansowych. Z kolei system propagandowy istniejący w Chińskiej Republice Ludowej określić można mianem półzamkniętego. Ma to związek przede wszystkim z funkcjonującymi w obu państwach odmiennymi systemami politycznymi.

Ze względu na charakter dysponenta propagandowego analizie poddane zostały treści publikowane przez chińskie i tajwańskie organizacje medialne w ich witrynach internetowych. Do badań wybrano zawartość przekazów emitowanych przez rozgłoszenie radiowe, które adresują swoją ofertę programową do publiczności zagranicznych, tj. Radio Taiwan International oraz China Radio International (w wersji anglojęzycznej: China Plus – R.R.), a także rządowe agencje informacyjne Central News Agency w Republice Chińskiej (Focus Taiwan w wersji angielskiej) oraz Xinhua w Chińskiej Republice Ludowej. Przeanalizowano również treści publikowane przez instytucje rządowe powołane w obu państwach do wdrażania polityki względem odpowiednio Chin kontynentalnych i Tajwanu: Taiwan Affairs Office (Chińska Republika Ludowa) oraz

Mainland Affairs Council (Republika Chińska). Analizie poddano także treści zamieszczane przez pozarządowe instytucje utworzone w obu państwach do prowadzenia dialogu politycznego, tj. Association for Relations Across Taiwan Strait w Chińskiej Republice Ludowej oraz Strait Exchange Foundation (Fundację Wymiany poprzez Cieśninę) w Republice Chińskiej.

Dobór próby badawczej podyktowany jest koniecznością uwzględnienia warunku paralelności. W badaniach uwzględniono jedynie kontent informacyjny dostępny w witrynach internetowych wymienionych wyżej podmiotów prawnych w języku angielskim. Taki dobór próby badawczej i jej językowe sprofilowanie pozwalają uwzględnić globalny zasięg oddziaływania. Zasięg społeczny natomiast analizowano na podstawie liczby polubień i liczby obserwujących użytkowników (serwis Facebook) oraz liczby śledzących w serwisie mikroblogowym Twitter. Oba serwisy społecznościowe wybrano z uwagi na fakt ich dominującej pozycji w globalnej przestrzeni informacyjnej, w badaniach przyjęto bowiem założenie, że z punktu widzenia oddziaływania propagandowego dla stron tajwańsko-chińskiej wojny informacyjnej najbardziej efektywne jest pozyskanie poparcia międzynarodowej opinii publicznej. Wtórne znaczenie nadano zatem wpływowi społecznemu wywieranemu na publiczności w obu państwach. Po pierwsze dlatego, że przekaz adresowany do nich ma charakter wyłączający (wyłącznie w języku chińskim), z drugiej zaś strony wykorzystuje lokalną specyfikę komunikowania się tajwańsko-chińskiego w przestrzeni nowych mediów. Mowa tutaj o popularnych w regionie aplikacjach mobilnych: WeChat i Weibo w Chińskiej Republice Ludowej oraz LINE w Republice Chińskiej, których zawartości nie badano.

Celem analizy zawartości jest natomiast ustalenie, w jaki sposób strony wojny informacyjnej komunikują światu o sobie wzajemnie, czyli jakie narracje formułują i dystrybuują oraz jaki wydźwięk mają te narracje (pozytywny, neutralny czy negatywny), i wreszcie jakie rodzaje celów propagandowych (ofensywne, defensywne, komplementarne) są realizowane z ich wykorzystaniem. W badaniach zawartości przyjęto założenie zgodne z politycznymi rezultatami tzw. konsensu 1992 roku. Zarówno Chińska Republika Ludowa, jak i Republika Chińska uznają zasadę „jednych Chin”, przy czym każde z państw ma prawo do jej własnej interpretacji. Oznacza to, że zarówno strona chińska, jak i tajwańska niezależnie od siebie uznają się za jedyną reprezentację chińską. Konsekwencją takiego stanowiska jest brak wzajemnego uznania i tym samym brak oficjalnych kontaktów dyplomatycznych, które kompensowane są dialogiem politycznym prowadzonym formalnie przez organizacje pozarządowe.

Proces badawczy odnoszący się do analizy treści nadawanych przez organizacje medialne przebiegał w następujących etapach:

1. Ustalenie liczby wskazań wzajemnych w publikacjach<sup>16</sup>.

<sup>16</sup> Przez wskazanie wzajemne rozumiem materiał dziennikarski, który obejmuje odpowiednio sformułowanie „Taiwan” w mediach chińskich oraz sformułowanie „Mainland China”



2. Kategoryzacja problemowa wytypowanych do analizy materiałów dziennikarskich i ich charakteru. Kategoryzacja problemowa obejmuje przypisanie konkretnego materiału dziennikarskiego wyłącznie do jednej z trzech kategorii: Polityka, Gospodarka oraz Inne<sup>17</sup>. Ta ostatnia obejmuje tematykę społeczną, kulturalną, sportową i pozostałą. Taki podział umożliwi ustalenie problematyki, która dominuje we wzajemnych wskazaniach, a także określenie, w jakim świetle sytuuje to drugą stronę w oczach odbiorcy informacji. Innymi słowy, pominięta została tutaj kwestia intencji nadawcy komunikatu. Następnie każdy materiał dziennikarski kategoryzowany jest rozłącznie w kategorii wydźwięku, tj. pozytywnej, neutralnej i negatywnej.

3. Kategoryzacja problemowa i wydźwięku nie została zastosowana w przypadku instytucji rządowych odpowiedzialnych za politykę wobec drugiej strony (TAO i MAC), jak również organizacji pozarządowych odpowiadających za kontakty wzajemne stron, tj. ARAT i SEF. Charakter zadań wymienionych instytucji pozycjonuje je w innym typie komunikowania, tj. komunikowania publicznego, a nie masowego.

Analizę zawartości witryn internetowych chińskich i tajwańskich organizacji medialnych oparto zatem na kategoryzacji problemowej i wydźwięku komunikatu: pozytywnym, neutralnym i negatywnym.

### 5.2.1. Analiza ilościowa

Analiza ilościowa obejmuje liczbę wskazań wzajemnych w najpopularniejszych serwisach społecznościowych, tj. portalu Facebook oraz Twitter.

**Tabela 4.** Ilościowa analiza zasięgów w serwisach Facebook i Twitter

Nadawca	Facebook		Twitter	
	Polubienia	Obserwujący	Liczba tweetów	Śledzący
RTI	6,7 tys.	6,8 tys.	2,4 tys.	326
China Plus	20,7 mln	20,8 mln	50,7 tys.	737,4 tys.
Focus Taiwan	83,2 tys.	85,1 tys.	44,2 tys.	25,7 tys.
China Xinhua News	57,8 mln	57,9 mln	137 tys.	12 mln

RTI – Radio Taiwan International; China Plus – anglojęzyczna wersja serwisu China Radio International; Focus Taiwan – anglojęzyczny serwis tajwańskiej Centralnej Agencji Informacyjnej; China Xinhua News – serwis agencji prasowej „Nowe Chiny” Chińskiej Republiki Ludowej w języku angielskim

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych źródłowych. Stan na 28.02.2019.

w mediach tajwańskich. Frazy te wytypowano do badań z uwagi na fakt, iż oba sformułowania są bardziej pojemne znaczeniowo niż „Taiwan Strait”. Użycie w badaniach angielskiej nazwy Cieśniny Tajwańskiej ograniczałoby analizę do kwestii wyłącznie politycznych, wypaczając tym samym obraz badań, których celem jest konceptualizacja problemowa narracji wykorzystywanych przez obie strony wojny informacyjnej.

<sup>17</sup> Kategorie te obejmują uniwersum wzajemnych stosunków obu państw chińskich.



Analiza ilościowa obejmująca polubienia oraz liczbę obserwujących i śledzących profile w dwóch najbardziej popularnych serwisach społecznościowych pozwala na sformułowanie następujących wniosków:

1. W przypadku serwisu Facebook uwagę zwracają zbliżone względne wartości polubień i użytkowników obserwujących poszczególne profile. Różnica wzajemna pomiędzy polubieniami a liczbą obserwujących jest podobna, czyli praktycznie tyle samo osób lubi profil, co jest jego obserwatorem. Różnica bezwzględna wynosi odpowiednio 2% (profil RTI) oraz 0,4% (China Plus).

2. Różnice wzajemne pomiędzy profilami są natomiast bardzo znaczne: 3 tys. razy mniej użytkowników lubi i obserwuje profil Radio Taiwan International w porównaniu z liczbą polubień i obserwujących profil China Plus.

Biorąc pod uwagę powyższe wnioski, stwierdzić można przede wszystkim, że różnica w zasięgach osiąganych przez profile może wynikać po pierwsze ze wspomagania zasięgów, czyli *de facto* z nakładów promocyjnych. Nie można jednak także wykluczyć, iż analizowane wartości są zasięgami organicznymi. Mimo to warto też zwrócić uwagę na wykorzystywany przez stronę chińską efekt synergii promocyjnej przejawiający się krzyżową promocją prowadzoną przez chińskie organizacje medialne. Witryna internetowa każdej z nich zawiera odnośniki do innych nadawców państwowych, natomiast nadawca publiczny, jakim jest Radio Taiwan International, promuje tylko własne profile w mediach społecznościowych.

Z kolei porównanie liczby polubień i obserwujących anglojęzyczne profile agencji informacyjnych tajwańskiej i chińskiej pozwala na sformułowanie podobnych wniosków odnoszących się do wartości liczbowych, przy czym popularność profilu agencji Xinhua jest 3 razy większa niż profilu China Plus. Chińska agencja informacyjna jest popularniejszym źródłem informacji dla blisko trzykrotnie większej liczby użytkowników portalu Facebook niż Chińskie Radio Międzynarodowe. Wynika to przede wszystkim z tzw. świadomości marki. Profile agencji CNA (Focus Taiwan) i Xinhua cieszą się większym zainteresowaniem użytkowników serwisu Facebook niż profile krajowych stacji radiowych adresujących swój kontent do zagranicznych odbiorców.

Warto również podkreślić, że zgodnie z polityką portalu Facebook polubienie profilu oznacza automatyczne uruchomienie jej obserwowania. Różnica polega na tym, iż polubienie interpretowane może być jako deklaracja poparcia dla idei i wartości polubionej strony, obserwowanie umożliwia natomiast otrzymywanie powiadomień o aktualizowaniu treści na obserwowanej stronie/profilu<sup>18</sup>. Obie aktywności mogą być rozłączne. W tej sytuacji wniosek płynący z analizy ilościowej polubień i liczby obserwujących badane profile wskazuje, przy założeniu organicznych zasięgów, iż grupy fanów profili nie mają zintegrowanego charakteru. Związek pomiędzy polubieniem i obserwowaniem profilu nie jest zatem

<sup>18</sup> <https://www.facebook.com/help/171378103323792> [dostęp: 27.02.2019].

intencjonalny i wynika z technicznego aspektu funkcjonalności obserwowania, intencjonalny charakter ma zaś działanie, które powoduje rozłączne korzystanie z obu funkcjonalności portalu. Wyłączenie polubienia wymaga zaangażowania ze strony użytkownika większego niż w przypadku uruchomienia opcji polubienia. Wydaje się więc, iż oba wskaźniki, o ile nie różnią się znacząco w liczbach bezwzględnych, umożliwiają wnioskowanie co do zasięgów społecznych danej strony w serwisie Facebook. Z kolei istotne różnice w liczbie polubień i obserwujących pozwalają na wnioskowanie o popularności profilu. Podkreślić jednak trzeba także i to, że zasięgi polubień i obserwujących nie są rozłączne.

W odniesieniu do profili w serwisie społecznościowym Twitter wartości liczbowe użytkowników śledzących znacząco odbiegają od liczby obserwujących w portalu Facebook. Pomimo opiniotwórczego wizerunku Twittera profil stacji China Plus cieszy się dwudziestokrotnie mniejszym zainteresowaniem obserwujących niż profil na Facebooku. Z kolei różnica w relacji pomiędzy profilem Xinhua w serwisie Facebook i serwisie Twitter jest blisko pięciokrotna. Profil twitterowy Focus Taiwan ma ponad trzykrotną różnicę pomiędzy liczbą śledzących a użytkownikami obserwującymi profil w serwisie Facebook. Wskazać należy także, iż popularność profili w serwisie Twitter nie ma charakteru przyczynowo-skutkowego, gdyż nie jest zależna od liczby opublikowanych wpisów.

Reasumując, należy wskazać, że z analizy ilościowej wynikają dwie istotne konstatacje. Strona chińska prowadzi intensywniejszą komunikację w dwóch najpopularniejszych serwisach społecznościowych niż strona tajwańska oraz profile agencji informacyjnych cieszą się większą popularnością niż profile stacji radiowych kierowanych do odbiorców zagranicznych. Intensywniejsza komunikacja wiąże się na przykład z większą liczbą publikowanych wpisów. Z kolei większa popularność profili agencyjnych ma związek ze zjawiskiem rozpoznawalności marki oraz specyfiką agencji informacyjnych jako organizacji medialnych oferujących rozbudowany ilościowo kontent informacyjny.

### 5.2.2. Analiza zawartości

Analiza zawartości obejmuje treści dostępne na stronach internetowych Radio Taiwan International oraz China Radio International. Oba podmioty adresują swój program do odbiorców zagranicznych. Pozwoli to na wytypowanie osi narracyjnych tworzonych na potrzeby osiągnięcia celów propagandowych, a także ich skorelowanie wzajemne. W analizie zawartości badano treści rozpowszechniane przez rządowe agencje informacyjne obu państw. Będący przedmiotem analizy kontent ze względu na swoją objętość i charakter uwzględniał jedynie wskazania wzajemne.

## Taiwan Affairs Office i Mainland Affairs Council

Serwis internetowy agencji Taiwan Affairs Office poświęcony sprawom tajwańskim w wersji anglojęzycznej (<http://en.taiwan.cn>)<sup>19</sup> jest podzielony na 9 głównych kategorii tematycznych, z których jedynie 20% nie dotyczy bezpośrednio tematyki tajwańskiej i zawiera serwis krajowy *China Focus* oraz doniesienia ze świata *World Spotlight*, ale podkategorie prezentujące informacje z takich dziedzin, jak: *Technologia*, *Podróże*, *Kultura*, *Rozrywka*, oferują już serwis informacyjny skoncentrowany przede wszystkim na Chinach kontynentalnych. Ostatnia aktualizacja informacji zamieszczonych w serwisie w jakiegokolwiek kategorii, a zwłaszcza tej teoretycznie zawierającej najnowsze informacje, obejmuje jednak wydarzenia z 2017 roku, trudno zatem dokonać ich analizy w odniesieniu do typologizowania aktualnych narracji. Wskazać można natomiast, iż publikowane wiadomości, które można skategoryzować jako bieżące (choć biorąc pod uwagę ich aktualność, nie jest to określenie prawidłowe), pochodzą z różnych chińskich organizacji medialnych – najczęściej agencji Xinhua lub CCTV, czyli *de facto* serwis <http://en.taiwan.cn> stanowi zbiór przedruków w języku angielskim informacji z innych redakcji. Tzw. informacje własne serwisu zawierają praktycznie wyłącznie relacje z konferencji prasowych organizowanych przez dysponenta portalu i prezentują stanowisko Taiwan Affairs Office. Co ciekawe, w odniesieniu do Partii Nacjonalistycznej Kuomintangu (KMT) dominuje przekaz o charakterze neutralnym, czyli informacyjnym, a w relacjach o działaniach opozycyjnej wobec KMT Demokratycznej Partii Postępu (DPP) dominuje negatywny ton przekazów<sup>20</sup>. Świadczy to o stosunku władz chińskich do ich tajwańskich odpowiedników. DPP w swoim programie politycznym głosi ideę niepodległości Tajwanu, co w oczywisty sposób stoi w sprzeczności z celami politycznymi władz w Pekinie, które mają kontakty nieformalne z przedstawicielami KMT<sup>21</sup>, najczęściej na poziomie przedstawicieli partii politycznych, tj. KMT i KPCh<sup>22</sup>.

<sup>19</sup> Taiwan Affairs Office (TAO) podlega koordynacji i nadzorowi ze strony Centralnej Grupy Kierującej Sprawami Tajwanu – ciała konsultacyjno-doradczego złożonego z przedstawicieli Chińskiej Partii Komunistycznej oraz Rady Państwa, które jest odpowiedzialne przed Biurem Politycznym KPCh. TAO jest agencją wdrażającą administracyjnie podlegającą z kolei Radzie Państwa, czyli rządowi Chińskiej Republiki Ludowej.

<sup>20</sup> Por. *Taiwan's KMT nominates Hung Hsiu-chu for Taiwan leadership bid*; [http://eng.taiwan.cn/video/201507/t20150720\\_10290476.htm](http://eng.taiwan.cn/video/201507/t20150720_10290476.htm) oraz *Mainland spokesperson warns against reckless remarks by DPP*; [http://eng.taiwan.cn/cross\\_strait\\_exchanges/201707/t20170718\\_11820402.htm](http://eng.taiwan.cn/cross_strait_exchanges/201707/t20170718_11820402.htm) [dostęp: 27.02.2019].

<sup>21</sup> Podkreślić należy nawet, iż w 2015 roku doszło do spotkania w Singapurze prezydentów obu państw chińskich, którzy formalnie nie tytułowali się w rozmowach jako głowy państw. Władze w Pekinie sympatyzują z KMT, która w swoim programie politycznym nie wyklucza ponownego, ale stopniowego i powolnego zjednoczenia z Chinami kontynentalnymi.

<sup>22</sup> Nie można wykluczyć, iż ma to związek z przejściem na Tajwanie władzy przez krytyczną wobec Chińskiej Republiki Ludowej Demokratyczną Partię Postępu. Wynik wyborów

Brak aktualizowania anglojęzycznej wersji oznacza, że treści publikowane na portalu adresowane są przede wszystkim do publiczności chińskiej, czyli między innymi rodaków na Tajwanie, i dotyczą aktualnych wydarzeń na wyspie praktycznie w każdej dziedzinie życia społecznego<sup>23</sup>. Z kolei serwis Taiwan Affairs Office, który można określić mianem korporacyjnego (<http://www.gwytb.gov.cn>), dostępny jest w dwóch odmianach języka mandaryńskiego – uproszczonej i tradycyjnej<sup>24</sup>. Jego zawartość ma charakter użytkowy dla odbiorców na Tajwanie, choć można odnieść wrażenie, iż selekcja informacji odbywa się w oparciu o zasadę społecznego dowodu słuszności, a wykorzystywana narracja ma przede wszystkim wydźwięk pozytywny<sup>25</sup>.

Mainland Affairs Council natomiast to agenda tajwańskiego rządu, która posiada wyłącznie serwis korporacyjny (<https://www.mac.gov.tw>). W przeciwieństwie do swojego chińskiego odpowiednika oferuje – obok mandaryńskiej – aktualizowaną wersję anglojęzyczną. W witrynie publikowane są zarówno treści o charakterze strategicznym jak i dokumenty prawne obejmujące kwestie regulowania kontaktów Tajwanu z Chinami kontynentalnymi oraz Specjalnymi Regionami Autonomicznymi (Hong Kong i Makao), także na przykład warunków studiowania obywateli Chińskiej Republiki Ludowej w Republice Chińskiej. Witryna internetowa Mainland Affairs Office stanowi kompendium wiedzy na temat wszelkich aspektów kontaktów Tajwanu z Chińską Republiką Ludową, poczynając od formalnoprawnych uwarunkowań, a kończąc na kwestiach związanych z życiem codziennym<sup>26</sup>. Analiza zawartości pozwala jednak na stwierdzenie, iż treści zamieszczane w tym serwisie, zwłaszcza obejmujące relacje z kontynentem, mają reaktywny charakter i stanowią tajwańską odpowiedź na działania chińskiego odpowiednika.

---

prezydenckich na Tajwanie w styczniu 2016 roku nie spotkał się z neutralnym przyjęciem ze strony Pekinu. Co więcej, od objęcia urzędu prezydenta Republiki Chińskiej przez Tsai Ing-wen w maju 2016 roku nasiliły się działania Pekinu zmierzające do przejścia dotychczasowych sojuszników dyplomatycznych Tajwanu i zakończyły się sukcesem w 4 przypadkach (stan na 2019 rok – R.R.) oraz zmniejszył się ruch turystyczny z kontynentu.

<sup>23</sup> [http://www.taiwan.cn/gywm/200905/t20090505\\_886770.htm](http://www.taiwan.cn/gywm/200905/t20090505_886770.htm) [dostęp: 27.02.2019].

<sup>24</sup> Wersję tradycyjną posługują się mieszkańcy Tajwanu, chiński w wersji uproszczonej dominuje natomiast w Chinach kontynentalnych, Singapurze i Malezji.

<sup>25</sup> Przykładem jest między innymi informacja o wynikach sondażu przeprowadzonego na Tajwanie, który dotyczył potencjalnego zainteresowania podjęciem pracy zawodowej na kontynencie wśród pracowników biurowych. Por. [http://www.gwytb.gov.cn/jy/zcfg/q/201401/t20140110\\_5506814.htm](http://www.gwytb.gov.cn/jy/zcfg/q/201401/t20140110_5506814.htm) [dostęp: 27.02.2019]. Inny przykład odnosi się do informacji o zamiarze zapewnienia takich samych warunków administracyjnych przy podejmowaniu zatrudnienia przez mieszkańców Hong Kongu, Makao oraz Tajwanu. Zob. [http://www.gwytb.gov.cn/wyly/201808/t20180808\\_12044780.htm](http://www.gwytb.gov.cn/wyly/201808/t20180808_12044780.htm) [dostęp: 27.02.2019].

<sup>26</sup> W Hong Kongu i Makao funkcjonują Biura Gospodarczo-Kulturalne Tajpej pełniące między innymi funkcje konsularne. Witryna zawiera także zestaw przydatnych odnośników do stron internetowych innych tajwańskich agencji rządowych i ministerstw, które są istotne w przypadku czy to przyjazdu na wyspę, czy też osiedlenia się.

### **Association for Relations Across Taiwan Straits i Straits Exchange Foundation**

Z kolei serwis Association for Relations Across the Taiwan Straits dostępny wyłącznie w chińskiej wersji językowej ([www.arats.com.cn](http://www.arats.com.cn)) poza informacjami dotyczącymi politycznych kontaktów stowarzyszenia ze stroną tajwańską obejmuje także kompendium wiedzy na temat formalnoprawnych kwestii dotyczących Tajwanu<sup>27</sup> oraz spraw życia codziennego w Chinach dla rodaków żyjących po drugiej stronie Cieśniny Tajwańskiej<sup>28</sup>.

Dla porównania witryna tajwańskiej Straits Exchange Foundation ([www.sef.org.tw](http://www.sef.org.tw)) dostępna również w wersji anglojęzycznej stanowi kronikarski zapis wszelkich kontaktów roboczych ze stroną chińską. Informacje dokumentują działania o proaktywnym charakterze i – co ciekawe – ich analiza pozwala na stwierdzenie, że adresowane są przede wszystkim do publiczności wewnętrznej, czyli obywateli Republiki Chińskiej zainteresowanych kontaktami ze stroną chińską, choć kontent oferowany jest również obok mandaryńskiego w wersji tradycyjnej także w jego uproszczonej odmianie.

Reasumując, stwierdzić można, że witryny chińskie zawierają wersję mobilną, tajwańskie z kolei anglojęzyczną oraz agregator nagłówków RSS czy też e-subskrypcję. Oferta wersji językowych dowodzi natomiast przede wszystkim profilowania treści pod względem adresatów przekazu. W obu przypadkach są to rodacy mieszkający po obu stronach Cieśniny Tajwańskiej, z tym że dla strony tajwańskiej oferowanie kontentu w języku angielskim może oznaczać również, iż jego odbiorcami mogą być też anglojęzyczni obywatele Hong Kongu i Makao, którzy potencjalnie mogą być zainteresowani osiedlaniem się w Republice Chińskiej. Drugi aspekt to kwestia zwiększenia zasięgu społecznego przekazów zarówno Strait Exchange Foundation, jak i Mainland Affairs Council.

### **Radio Taiwan International i China Radio International**

W aneksie nr 1 przeanalizowano zawartość witryny internetowej Radio Taiwan International w odniesieniu do wskazania „Mainland China”. W badaniu celem było ustalenie, jakie kategorie informacji dominują w przekazie rozgłośni, której głównym adresatem jest publiczność poza granicami Republiki Chińskiej, w tym także diaspora tajwańska na świecie. Oprócz tego chodziło także o ustalenie, w jakim świetle prezentowana jest Chińska Republika Ludowa w doniesieniach radia tajwańskiego.

<sup>27</sup> <http://www.arats.com.cn/flgf/falv/index.htm> [dostęp: 27.02.2019].

<sup>28</sup> Uruchomiono między innymi specjalną aplikację mobilną, która ma być pomocna dla rodaków z Tajwanu. Por. [http://www.arats.com.cn/yw/201902/t20190228\\_12143112.htm](http://www.arats.com.cn/yw/201902/t20190228_12143112.htm) [dostęp: 27.02.2019].

**Tabela 5.** Liczba wskazań wzajemnych na podstawie danych z witryn internetowych: RTI, CRI, Focus Taiwan, Xinhuanet.com<sup>29</sup>

Nazwa organizacji medialnej	Liczba wskazań wzajemnych
RTI	295
China Plus	552
Focus Taiwan	1 907
Xinhua	915

Źródło: Opracowanie własne. Stan na 28.02.2019.

**Tabela 6.** Liczba materiałów dziennikarskich i wydźwięk kontentu z witryny internetowej RTI

Kategorie	Liczba	%	Wydźwięk/ton publikacji	Liczba	%
Polityka	50	54,35	Pozytywne	22	23,90
Gospodarka	15	15,22	Neutralne	30	32,60
Inne	27	30,43	Negatywne	40	44,60
Razem	92	100,00	Razem	92	101,10

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: en.rti.org.tw. Stan na 28.02.2019.

Analiza kategoryzacji i wydźwięku 92 materiałów dziennikarskich pozwala stwierdzić, że relacje chińsko-tajwańskie zdominowane pozostają przez kwestie polityczne. Największy udział procentowy mają zaś te przekazy, które w niekorzystnym świetle stawiają Chińską Republikę Ludową.

**Tabela 7.** Liczba materiałów z każdej kategorii wraz z wydźwiękiem w witrynie RTI

Kategoria	Wydźwięk					
	pozytywny		neutralny		negatywny	
	liczba	%	liczba	%	liczba	%
Polityka	9	9,78	9	9,78	32	34,78
Gospodarka	6	5,00	6	7,00	3	3,00
Inne	7	8,00	15	16,00	5	5,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: en.rti.org.tw. Stan na 28.02.2019.

Najliczniejszą grupę wśród informacji o negatywnym wydźwięku stanowią te dotyczące tematyki relacji tajwańsko-chińskich, tj. kwestii kontaktów pomiędzy oboma stronami Cieśniny Tajwańskiej, oraz przekazy poświęcone działaniom Chińskiej Republiki Ludowej w sferze politycznej, które stanowią ponad 1/3 wszystkich doniesień w witrynie RTI poświęconych problematyce Chin konty-

<sup>29</sup> Warto podkreślić również fakt, iż całkowita liczba wskazań wzajemnych w przypadku RTI to 295 pozycji, przy czym obejmują one użycie wskazania „Mainland China” w treści wszystkich dostępnych 92 informacji. Oznacza to, że sformułowanie „Mainland China” wystąpiło w sumie 295 razy w 92 materiałach dziennikarskich. Analogiczna sytuacja występuje w pozostałych przypadkach.



mentalnych. Wyniki te pozwalają stwierdzić, iż kwestie polityczne we wzajemnych relacjach odgrywają wciąż najistotniejszą rolę. Dzieje się tak ze względu na sprawowanie władzy politycznej na Tajwanie przez ugrupowanie opowiadające się za niepodległością wyspy, co w naturalny sposób rodzi konsekwencje po stronie chińskiej. Retoryka niepodległościowa stanowi bowiem kontrapunkt dla chińskiej koncepcji „jednych Chin” i dwóch systemów politycznych w jednym państwie.

W odniesieniu do wskazania „Taiwan” w serwisie internetowym Chińskiego Radia Międzynarodowego (China Plus) także dominują (2/3) informacje o tematyce politycznej, w tym relacji tajwańsko-chińskich. Co ciekawe, przekazy o zabarwieniu negatywnym obejmują jedynie 15% informacji we wszystkich kategoriach problemowych. Blisko 1/2 materiałów dziennikarskich ma wydźwięk pozytywny, a nieco ponad 1/3 neutralny. Prawie co drugi materiał dziennikarski o pozytywnym wydźwięku niezależnie od kategorii problemowej należy interpretować w kontekście chińskiej narracji o rodakach z Tajwanu, spójność przekazu bowiem jest warunkiem jego efektywności. Trudno liczyć na skuteczność oddziaływania bez zachowania konsekwencji, zwłaszcza w sytuacji, w której z jednej strony promuje się ideę zjednoczenia narodowego, formułując propozycję „jedno państwo, dwa systemy”, z drugiej natomiast prezentuje się w negatywnym świetle państwo, w którym owi rodacy mieszkają. Stąd stosunkowo duży udział informacji o zabarwieniu neutralnym.

**Tabela 8.** Liczba materiałów dziennikarskich i wydźwięk kontentu z witryny internetowej China Plus (internetowy serwis China Radio International)<sup>30</sup>

Kategorie	Liczba	%	Wydźwięk	Liczba	%
Polityka	117	60,6	Pozytywny	92	48,0
Gospodarka	9	4,7	Neutralny	72	37,0
Inne	67	34,7	Negatywny	29	15,0
Razem	193	103,0	Razem	183	100,0

Źródło: Opracowanie własne. Stan na 28.02.2019.

W przekazach dostępnych w witrynie internetowej anglojęzycznego serwisu Chińskiego Radia Międzynarodowego w kategorii informacji o tematyce politycznej i wzajemnych relacji chińsko-tajwańskich dominują te, które przedstawiają Tajwan w pozytywnym kontekście. Negatywny wydźwięk ma zaledwie 12% z nich. Z kolei wśród ponad 30% informacji dotyczących kultury, sportu, społeczeństwa (kategoria problemowa: Inne – R.R.) blisko 1/3 ma zabarwienie neutralne.

<sup>30</sup> Pełne zestawienie zaprezentowano w Aneksie nr 2.



**Tabela 9.** Liczba materiałów z każdej kategorii wraz z wydźwiękiem w witrynie internetowej China Plus (internetowy serwis China Radio International)

Kategoria	Wydźwięk					
	pozytywny		neutralny		negatywny	
	liczba	%	liczba	%	liczba	%
Polityka	79	40,93	15	7,77	23	11,92
Gospodarka	6	3,10	3	1,60	0	0
Inne	7	3,63	54	27,98	6	3,11

Źródło: Opracowanie własne. Stan na 28.02.2019.

Podsumowując wyniki analizy zawartości witryn internetowych Radio Taiwan International oraz China Plus (China Radio International), wskazać należy, iż zarówno w ujęciu ilościowym, jak i jakościowym, przekazy oferowane odbiorcom zagranicznym w języku angielskim sytuują radio chińskie w pozycji medium, które pozycjonuje w swojej narracji Tajwan jako podmiot zainteresowania, a nie przedmiot walki informacyjnej. Z kolei interpretując przekazy tajwańskie na chiński temat, zauważa się spójność narracji pozycjonującej Tajwan jako suwerenny byt polityczny względem Chińskiej Republiki Ludowej.

### Xinhua i Focus Taiwan

Analizując zawartość witryn internetowych agencji informacyjnych chińskiej i tajwańskiej podkreślić należy ogromną liczbę wskazań wzajemnych w porównaniu z liczbą odnoszącą się do wskazań wzajemnych w rozgłoszeniach radiowych dla zagranicy. Wynika to oczywiście ze specyfiki agencji informacyjnych, których pierwotna rola informacyjna polega na dostarczaniu kontentu dla środków masowego przekazu, a wtórna dla pozostałych publiczności. Z analizy kontentu agencji chińskiej wynika, że w przekazie dominują informacje o charakterze politycznym, w tym stosunków dwustronnych z Tajwanem, z tym że mają one wydźwięk pozytywny.

**Tabela 10.** Liczba materiałów dziennikarskich i wydźwięk kontentu z witryny internetowej Xinhuanet.com (internetowy serwis Xinhua)<sup>31</sup>

Kategorie	Liczba	%	Wydźwięk	Liczba	%
Polityka	26	42	Pozytywny	26	42
Gospodarka	22	35	Neutralny	17	27
Inne	14	23	Negatywny	19	31
Razem	62	100	Razem	62	100

Źródło: Opracowanie własne. Stan na 28.02.2019.

Próbę badawczą zbudowano w oparciu o liczbę przekazów wynikającą ze wskazań wzajemnych w odniesieniu do dwóch pierwszych miesięcy 2019 roku. Ograniczenie takie przyjęto z uwagi na specyfikę funkcjonowania agencji infor-

<sup>31</sup> Pełne zestawienie zaprezentowano w Aneksie nr 3.

macyjnych. W związku z tym analizowanie zawartości materiałów dziennikarskich opublikowanych w 2018 roku mogłoby wypaczyć wyniki badania z uwagi na fakt wyborów lokalnych przeprowadzonych wówczas na Tajwanie. Informacje dotyczące elekcji mogłyby zdominować ilościowo kontent agencji chińskiej w kategorii „Polityka”, zwłaszcza że strona chińska dosyć otwarcie manifestowała swoją sympatię względem obecnej tajwańskiej opozycji politycznej spod znaku KMT.

**Tabela 11.** Liczba materiałów z każdej kategorii wraz z wydźwiękiem w witrynie internetowej Xinhuanet.com (internetowy serwis Xinhua)

Kategoria	Wydźwięk					
	pozytywny		neutralny		negatywny	
	liczba	%	liczba	%	liczba	%
Polityka	19	29	5	8	3	5
Gospodarka	5	8	2	3	15	24
Inne	3	5	10	16	1	2

Źródło: Opracowanie własne. Stan na 28.02.2019.

Największy udział procentowy w badanych kategoriach mają negatywne informacje o tajwańskiej gospodarce. Stanowią blisko co czwartą informację gospodarczą. Paradoksalnie wynik ten należy także tłumaczyć konsekwencją w utrzymaniu spójności przekazu. Dominacja negatywnego wydźwięku oddziałuje perswazyjnie na odbiorców. Jest to natywna sugestia, iż w aspekcie ekonomicznym Tajwan, najogólniej mówiąc, boryka się z problemami, a ewentualna reunifikacja z Chińską Republiką Ludową je zniweluje.

Z kolei tajwańska agencja CNA w anglojęzycznym serwisie Focus Taiwan zamieściła w ciągu pierwszych dwóch miesięcy 2019 roku jedynie 11 informacji poświęconych Chińskiej Republice Ludowej (wskazanie: „Mainland China”), co liczbowo oznacza publikowanie jednej informacji średnio co 5 dni, czyli *de facto* 1 raz na tydzień. Oznacza to, że Chińska Republika Ludowa nie jest wiodącym tematem medialnym dla anglojęzycznego serwisu tajwańskiej agencji informacyjnej.

**Tabela 12.** Liczba materiałów dziennikarskich i wydźwięk kontentu z witryny internetowej Focus Taiwan (internetowy serwis CNA)<sup>32</sup>

Kategorie	Liczba	%	Wydźwięk	Liczba	%
Polityka	4	45,45	Pozytywne	6	55,00
Gospodarka	1	9,10	Neutralne	2	27,00
Inne	4	45,45	Negatywne	1	18,00
Razem	9	100,00	Razem	9	100,00

Źródło: Opracowanie własne. Stan na 28.02.2019.

<sup>32</sup> Pełne zestawienie zaprezentowano w Aneksie nr 4.

Informacje z kategorii politycznych miały wydźwięk albo pozytywny (co trzecia), albo też negatywny (prawie co piąta), 1/3 informacji o zabarwieniu neutralnym obejmowała natomiast doniesienia z kategorii „Inne” (społeczeństwo, kultura, sport), czyli *de facto* najbardziej pojemnej zakresowo. Co druga z nich niezależnie od kategorii miała wydźwięk pozytywny, a blisko co trzecia informacja zabarwienie neutralne. Taki podział procentowy oznacza, iż zainteresowanie agencji tajwańskiej sprawami chińskimi ma związek z zadaniami formułowania agendy medialnej przez dziennikarzy zarządzających publikowaniem treści.

**Tabela 13.** Liczba materiałów z każdej kategorii wraz z wydźwiękiem w witrynie internetowej Focus Taiwan (internetowy serwis CNA)

Kategoria	Wydźwięk					
	pozytywny		neutralny		negatywny	
	liczba	%	liczba	%	liczba	%
Polityka	3	27	0	0	2	18
Gospodarka	1	9	0	0	0	0
Inne	2	18	3	27	0	0

Źródło: Opracowanie własne. Stan na 28.02.2019.

### 5.3. Podsumowanie analizy ilościowej i jakościowej

Biorąc pod uwagę aspekt ilościowy wskazań wzajemnych w analizowanych serwisach społecznościowych i organizacjach medialnych, podkreślić należy, iż dominują przekazy strony chińskiej, które mają też większy zasięg społeczny mierzony liczbą polubień i obserwujących. Warto także nadmienić, że sumarycznie liczba wersji językowych kontentu udostępnianego w witrynach internetowych przez chińskich nadawców jest większa niż ich tajwańskich odpowiedników. Szczególnie widoczne jest to w przypadku Chińskiego Radia Międzynarodowego, które oferuje blisko 60 wersji językowych, pięciokrotnie więcej niż tajwański odpowiednik. Świadczy to o zmasowanym oddziaływaniu propagandowym, które ze względu na efekt skali gwarantuje większy zasięg społeczny treści i wynika z posiadanych zasobów finansowych.

W Chińskim Radiu Międzynarodowym widoczne jest z kolei multiplikowanie treści pochodzących z innych organizacji medialnych, głównie agencji Xinhua. Materiałów własnych jest niewiele w porównaniu do tajwańskiego odpowiednika. Świadczy to przede wszystkim o wykorzystywaniu radia jako medium propagandowego w celu uzyskania dominacji informacyjnej dla własnej narracji. Chińska narracja replikowana poprzez Chińskie Radio

Międzynarodowe prezentuje co prawda chiński stosunek do Tajwanu pozycjonowanego przez Pekin w dyskursie międzynarodowym jako zbuntowana prowincja, ale wydźwięk przekazu świadczy o chińskich intencjach względem Republiki Chińskiej. Ich charakter jest zdecydowanie pozytywny. Strona chińska w doniesieniach analizowanych mediów nie pozycjonuje strony tajwańskiej jako wroga czy przeciwnika, ale jako potencjalnego partnera w rozwiązywaniu problemu relacji w obrębie Cieśniny Tajwańskiej. Paradoksalnie zatem strona chińska, informując o Tajwanie, prezentuje się jako podmiot proaktywny geopolitycznie.

Analizując z kolei przypadek agencji informacyjnych obu stron, podkreślić należy, iż ponownie pod względem ilościowym anglojęzyczna witryna agencji Xinhua ([xinhuanet.com](http://xinhuanet.com)) dominuje w liczbie przekazów, przewyższając tajwańskiego odpowiednika ponad pięciokrotnie, co w wartościach bezwzględnych daje średnio publikowanie 1 informacji dziennie w porównaniu do średnio 1 tygodniowo ze strony tajwańskiej. Świadczy to przede wszystkim o realizacji ofensywnych celów propagandowych przez stronę chińską, co jest widoczne zwłaszcza w przypadku analizy zawartości witryny [Xinhuanet.com](http://Xinhuanet.com), gdzie występuje stosunkowo duży udział informacji na temat gospodarki Tajwanu o wydźwięku negatywnym (co czwarte wskazanie). Niejako w sukurs proaktywnej postawie chińskiej względem Tajwanu wyrażającej się w przekazach politycznych propozycjami zjednoczenia idą negatywne wiadomości na temat tajwańskiej gospodarki. Można to uznać za przykład oddziaływania perswazyjnego o charakterze natywnym.

Tajwańskie organizacje medialne, które podlegały badaniu, rzadziej informują na temat Chin kontynentalnych. Jeśli już tak się dzieje, to przekazy mają na ogół charakter reaktywny odnoszący się do chińskich propozycji politycznych. Pozycjonuje to Tajwan w dyskursie medialnym jako podmiot niezależny, zdolny do uzyskiwania przewagi informacyjnej i w takiej sytuacji wywołujący chińską reakcję. Wyniki badania przekazów tajwańskiego radia międzynarodowego pozwalają stwierdzić, że medium to wykorzystywane jest do realizowania komplementarnych celów propagandowych, które służą konstruowanej narracji o Republice Chińskiej jako podmiocie funkcjonującym suwerennie w otoczeniu międzynarodowym, co potwierdza pośrednio liczba przekazów witryny Focus Taiwan poddanych analizie. Oznacza to, że Chiny kontynentalne nie są zagadnieniem dominującym w przekazach witryny Focus Taiwan, która w języku angielskim oferuje контент produkowany przez Centralną Agencję Informacyjną Republiki Chińskiej.

Warto także wspomnieć, iż tajwańskie i chińskie rozgłosie międzynarodowe oferują niezależnie od siebie naukę języka chińskiego w postaci projektów pod nazwą: *Chinese to Go* oraz *Takeaway Chinese* wraz z serwisami poświęconymi problematyce kulturalnej. Obie organizacje pozycjonują się względem odbiorców jako depozytariusze i propagatorzy kultury chińskiej, której dzieje

sięgają starożytności. Można zatem stwierdzić, że to nie forma ustrojowa jest dominującym elementem dystynktywnym w tajwańsko-chińskim pojedynku propagandowym. O wiele bardziej skuteczną formą oddziaływania propagandowego staje się natomiast odwołanie do uniwersum kultury chińskiej, zwłaszcza że paradoksalnie dzięki podziałowi ustrojowemu to właśnie na Tajwanie zachowały się tradycyjne formy kulturowe, które na kontynencie podlegały skutecznej dezintegracji w okresie tzw. rewolucji kulturalnej.

## Zakończenie

Propagandę określić można jako niekonsensualną, dialogową formę komunikacji. Oznacza to, iż jej celem nie jest osiągnięcie porozumienia, czyli konsensusu, a jedynie osiągnięcie krótko- i długotrwałych rezultatów perswazyjnych. Docelowym zadaniem takiego procesu będzie pozyskanie (przekonanie do konkretnych postaw) opinii publicznej, w tym na przykład międzynarodowej, a zatem uzyskanie dominacji informacyjnej w wymiarach ilościowym i jakościowym. W pierwszym przypadku będzie to uzyskanie dominacji informacyjnej w dyskursie publicznym, a zwłaszcza w jego medialnej odmianie. Dominacja ta obejmuje między innymi hegemonię państwowego lub publicznego typu własności środków masowego przekazu na rynku medialnym, przy czym publiczna forma własności w takim przypadku interpretowana jest jako zależna od opcji sprawującej władzę polityczną w państwie. Inny aspekt ilościowej dominacji informacyjnej związany jest także z dominacją w strukturze właścicielskiej, ale ma charakter komercyjny<sup>1</sup>.

Dominacja jakościowa dotyczy monopolizacji treści oraz przekazu w zakresie *agenda-setting*, *agenda-building* oraz *framingu*, przy czym istotnym czynnikiem będzie też tutaj autocenzura środowiska dziennikarskiego. Realizowana jest między innymi poprzez selektywność treści uwzględniającą intencje perswazyjne dysponenta.

W tak interpretowanej roli propagandy w systemie komunikacji – procesie przekazywania i wymiany informacji<sup>2</sup> – jej efektywność może być zazwyczaj wysoka jedynie w sytuacji prowadzenia operacji informacyjnych, a zwłaszcza ich dezinformacyjnej odmiany. W takiej sytuacji warunkiem powodzenia będzie poziom intoksykacji propagandowej. Do realizacji tak zarysowanego celu, czyli

---

<sup>1</sup> Przykładem są chińskie inwestycje w strukturę własnościową organizacji medialnych na kontynencie afrykańskim, o czym wspomniano w poprzednim rozdziale.

<sup>2</sup> Warto zwrócić uwagę, iż w literaturze przedmiotu obecny jest także pogląd utożsamiający proces komunikacji z komunikowaniem. Szerzej na ten temat pisze m.in. Michał Wendland. Zob. M. WENDLAND: *Komunikowanie a wymiana informacji. Pytanie o zakres pojęcia komunikacji*. „Homo Communicativus”, nr 1(3)/2008.

nasycenia przekazem propagandowym – patogenami informacyjnymi<sup>3</sup>, wykorzystywane są rozmaite kanały komunikacji dostosowane zarówno do kompetencji komunikacyjnej odbiorcy, czyli poziomu jego zdolności do efektywnej absorpcji komunikatu propagandowego, jak i do zakładanego sprzężenia zwrotnego w postaci zmiany zachowań, ich podjęcia albo zaniechania. Analiza przeprowadzona w ramach procesu badawczego w niniejszej monografii pozwala na sformułowanie następujących wniosków związanych ze skutecznością oddziaływania propagandowego w zakresie operacji informacyjnych/dezinformacyjnych:

- przekaz dezinformacyjny w ramach operacji dezinformacyjnych najefektywniej dystrybuowany jest poprzez nowe media ze względu na charakter konsumpcji treści w tychże mediach (skanowanie najczęściej połączone z brakiem weryfikacji wiarygodności, zarówno nadawcy, jak i zawartości) oraz przez globalny zasięg techniczny (organiczny, ale przede wszystkim sztucznie generowany ruch sieciowy);
- operacje informacyjne/dezinformacyjne realizowane w mediach tradycyjnych, zwłaszcza w telewizji, mają na celu uzyskanie przewagi informacyjnej, która może być definiowana jako efektywny wpływ społeczny osiągany narzędziami sterowania społecznego; ten z kolei rozumiany jest jako oddziaływanie w zakresie zmiany lub zaniechania zachowań zgodnych z intencją propagandową dysponenta;
- przewaga informacyjna uzyskiwana wskutek prowadzenia operacji informacyjnych/dezinformacyjnych opiera się na stosowaniu selektywności treści.

W przypadku zastosowania selektywnego doboru treści mamy do czynienia między innymi z mediami narracyjnymi oraz propagandowymi, najczęściej sponsorowanymi przez państwowe dysponenta propagandowego stacjami telewizyjnymi lub holdingami medialnymi, takimi jak rosyjski Sputnik, czy też organizacjami pozarządowymi, jak na przykład węgierska Środkowoeuropejska Fundacja Prasy i Mediów<sup>4</sup>.

Warto zatem także wskazać w tym miejscu na zagadnienie międzynarodowego nadawania programów radiowych i telewizyjnych. Zaproponowaną w mo-

<sup>3</sup> Określenie Remigiusza Żuchowskiego, który definiuje je jako specjalnie zmodyfikowaną informację mającą na celu wywołanie określonego zachowania. Por. A. KOZŁOWSKI: *Obrona przed patogenami informacyjnymi*, 13.09.2017; <https://www.cyberdefence24.pl/obrona-przez-patogenami-informacyjnymi-scs-2017> [dostęp: 12.12.2018].

<sup>4</sup> Z węg. Közép-európai Sajtó és Média Alapítvány – skupia 476 redakcji prasowych, radiowych, telewizyjnych oraz internetowych o wartości szacowanej na 62–77 mln euro. Dwie trzecie dzienników i tyle samo stacji radiowych, nieco ponad połowa telewizyjnych programów informacyjnych oraz 90% tygodników opinii na Węgrzech sprzyja partii rządzącej Fidesz. W rankingu wolności mediów organizacji Reporterzy bez Granic Węgry zajmują 73. pozycję na 180 sklasyfikowanych państw. Więcej o tym pisze Elżbieta Rutkowska – por. E. RUTKOWSKA: *(De)koncentracja po węgiersku. Władza zamyka usta kolejnym mediom*, 6.12.2018, gazetaprawna.pl, <https://www.gazetaprawna.pl/artykuly/1380409,media-na-wegrzech-orban-zamyka-usta-dziennikarzom.html> [dostęp: 6.12.2018].



nografii *Nowoczesne wojny informacyjne* z 2016 roku typologię państwowych telewizji informacyjnych dokonaną ze względu na charakter prezentowanych treści (ideowe, narracyjne, propagandowe) uzupełnić można o podział ze względu na typ własności, który przyjmuje postać triady obejmującej własność: państwową, publiczną oraz komercyjną. Posługując się tak przyjętym rozróżnieniem, wskazać należy, iż państwowe media mają najczęściej narracyjny charakter, publiczne z kolei ideowy lub też propagandowy. Komercyjne środki masowego przekazu zaś – najczęściej są to stacje telewizyjne – mają na celu przede wszystkim kwestie merkantylne wynikające ze zwiększenia zasięgu technicznego i skutkujące powiększeniem zasięgu społecznego<sup>5</sup>. Biorąc jednak pod uwagę charakter prezentowanych treści, można uznać, iż komercyjne stacje telewizyjne nadające swój program w wymiarze międzynarodowym stanowią przykład ideowych mediów propagandowych w szerokim ujęciu tej kategorii. Telewizja o profilu informacyjnym i prywatnej strukturze właścicielskiej, o ile nie jest ona zależna od wpływów politycznych i celów politycznych swojego dysponenta, realizuje bowiem przede wszystkim wzorzec metodologiczny dziennikarstwa, a zatem reprezentuje obiektywne dziennikarstwo, czyli wedle typu ideowego propaguje wartości charakterystyczne dla demokracji, takie jak między innymi wolność słowa<sup>6</sup>.

Przedmiotem niniejszej publikacji była próba konceptualizacji współczesnej propagandy i prezentacji na tym tle jednego z najdłuższych w historii konfliktów propagandowych: tajwańsko-chińskiego. Analiza form jego przebiegu pozwala prześledzić nie tylko rozwój technik propagandowych, ale przede wszystkim korelację pomiędzy stosowanymi metodami a realizowanymi celami propagandowymi. Wraz z rozwojem technik propagandowych w chińsko-tajwańskim pojedynku następowała również ewolucja tajwańskich celów propagandowych. Chińskie cele propagandowe są niezmiennie ofensywne, podczas gdy tajwańskie od czasu utraty uznania międzynarodowego do początków demokratyzacji wyspy miały charakter defensywny. Obecnie w Republice Chińskiej realizowane są cele komplementarne za pośrednictwem operacji informacyjnych służących uzyskaniu przewagi informacyjnej. Ofensywność chińskich celów propagandowych charakteryzuje się z kolei dążeniem do dominacji informacyjnej w przestrzeni globalnego dyskursu medialnego.

W prezentowanym kontekście propaganda wpływa więc na zawartość przekazów, w tym przede wszystkim w korelacji z intensywnym wykorzystaniem

<sup>5</sup> Przykładem biznesowego podejścia do międzynarodowego nadawania programów telewizyjnych są stacje z Grupy TVN i TVN Extra skierowane do Polonii w USA, Niemczech i Francji oraz TVN24 International nadający od marca do grudnia 2018 roku. Por. <https://itvnextra.pl/onas,148627,n.html> [dostęp: 6.12.2018].

<sup>6</sup> Zaproponowany podział ilustruje amerykański przykład U.S. Agency for Global Media. Por. <https://www.usa.gov/federal-agencies/u-s-agency-for-global-media> [dostęp: 6.12.2018].

koncepcji marki narodowej<sup>7</sup>. Przekaz kształtowany jest bowiem w oparciu o efekt kraju pochodzenia. Istotne znaczenie mają też operacje (kampanie) informacyjne poświęcone promocji walorów turystycznych i kulturowych Formozy (pierwotna nazwa wyspy Tajwan nadana jest przez portugalskich odkrywców – przyp. R.R.) w postaci propagandy zewnętrznej, które realizowane są we współpracy z biznesem<sup>8</sup>. Działania te mają wspólny mianownik wynikający z marketingowego podejścia do promocji, ale ich strategicznym celem jest – obok pozyskania dochodów z turystyki – także swoisty eksport wartości kulturowych i demokratycznych. Realizowane projekty w ramach oddziaływania propagandowego na zewnętrzne grupy docelowe są względem siebie koherentne. Chodzi mianowicie o wzajemne przenikanie się na przykład warstw promocyjnej i kulturalnej. Kampanie promocyjne odnoszące się do turystyki obejmują między innymi aspekty kulturowe Tajwanu i na odwrót. Realizacja celów propagandowych Republiki Chińskiej przebiega w sposób usystematyzowany i skorelowany z głównym celem propagandowym, którym jest utrzymanie, ale przede wszystkim rozszerzanie przez Republikę Chińską swojej obecności na arenie międzynarodowej. Proces ten odbywa się z wykorzystaniem nowoczesnych kanałów komunikacyjnych i dotyczy uzyskiwania przewagi informacyjnej rozumianej jako efektywne implementowanie własnego schematu narracyjnego do dyskursu publicznego. Realizowane jest to między innymi wskutek kampanii propagandowych towarzyszących imprezom sportowym. World Games – Światowe Igrzyska Sportów Nieolimpijskich w Kaohsiung w 2009 roku czy też Uniwersjada w 2017 roku w Tajpei to najbardziej znane przykłady wykorzystane w procesie brandingu narodowego, ale głównie dowodzące skutecznej implementacji kwestii tajwańskiej do dyskursu międzynarodowego. Uczestnicy zmagają sportowych, ale także i widzowie zawodów, stają się w ten sposób nie tylko przedmiotem (w zakresie wzrostu świadomości marki i propagandy zewnętrznej), ale przede wszystkim podmiotem oddziaływania propagandowego w zakresie problematyki Tajwanu jako suwerennego bytu geopolitycznego.

W rozdziale drugim niniejszej pracy wykazano natomiast, iż propaganda jako niekonsensualna forma dialogowa komunikacji o charakterze perswazyjnym obecna jest przede wszystkim w operacjach informacyjnych i dezinformacyjnych. Jej znaczenie pozostanie niezmiennie, a rola niewątpliwie wzrośnie. W związku z tym warto się w tym miejscu odwołać do tezy Jerzego Jastrzębskiego,

<sup>7</sup> Przykładem takich działań ze strony Tajwanu jest projekt: „Taiwan Excellence” promujący najlepsze marki eksportowe czy też Taiwan Industry Image Enhancement Project (IEP) służący wzmocnieniu innowacyjnego wizerunku miejscowego przemysłu. Por. [http://www.taitra.org.tw/services\\_02.asp](http://www.taitra.org.tw/services_02.asp) oraz <https://www.taiwanexcellence.org/us> [dostęp: 6.12.2018].

<sup>8</sup> Odnosi się to między innymi do kampanii promocyjnej realizowanej w Singapurze w sierpniu 2017 roku pod hasłem *Rediscover Taiwan* w związku z uruchomieniem połączeń z wyspą przez jednego z tajwańskich przewoźników lotniczych.

który uważa że alienacja „mediów w krajach wysoko rozwiniętych i w dojrzałych demokracjach wyraża się wyraźnym spadkiem zaufania: ludzie skłonni są wierzyć raczej administracji państwowej niż środkom przekazu. Oznacza to głęboki kryzys demokratycznej doktryny medialnej – pojmowania mediów jako instytucji obserwującej i kontrolującej poczynania władzy oraz organizującej opinię publiczną. [...] Komercjalizacja środków przekazu prowadzi jednocześnie do wykluczenia i swoistej ekskluzywności: grupy społeczne o marginalnej sile nabywczej nie są potencjalnymi konsumentami i pożądanymi adresatami reklam – jako takie bywają więc niedostrzegane lub ignorowane”<sup>9</sup>. Grupy te przy pomocy nowych mediów tworzą sieci społeczne w przestrzeni wirtualnej, stając się nie tylko podmiotem procesów politycznych i społecznych, ale także przedmiotem operacji informacyjnych i dezinformacyjnych, oddziałując tym samym na sferę życia społecznego<sup>10</sup>.

Podnoszony przez J. Jastrzębskiego kryzys zaufania do środków masowego przekazu z jednej strony doprowadzi do wzrostu znaczenia działalności informacyjno-prasowej, czyli polityki informacyjnej oraz w szerszym kontekście komunikowania publicznego prowadzonego przez administrację publiczną jako depozytariusza zaufania opinii publicznej. Wiarygodność administracji wiąże się jednak z poziomem legitymizacji społecznej władzy politycznej. Przypadek Tajwanu pokazuje, iż w warunkach jedynej na świecie funkcjonującej chińskiej demokracji determinantą wiarygodności będzie spójne przywództwo polityczne i konstruktywny przekaz w zakresie komunikowania politycznego<sup>11</sup>.

Z drugiej zaś strony na kryzys owego zaufania ma wpływ także intoksykacja głównego nurtu dyskursu medialnego szczególnego rodzaju narzędziem dezinformacji – *fake news*. Istotnego znaczenia nabierać będą zatem formy ochrony środowiska informacyjnego we wszystkich jego wymiarach, a zwłaszcza ze strony społeczeństwa obywatelskiego i tym samym edukacji w zakresie kultury i higieny konsumpcji informacji. Postępuje bowiem transpozycja kontrolnej funkcji mediów realizowanej przez dziennikarstwo głównego nurtu w dwóch kierunkach:

<sup>9</sup> J. JASTRZĘBSKI: *Media i dziennikarstwo alternatywne*. W: *Nowe media we współczesnym społeczeństwie*. Red. M. JEZIEŃSKI, A. SEKLECKA, Ł. WOJTKOWSKI. Toruń 2011, s. 34–35.

<sup>10</sup> Szerzej na temat Cass R. Sunstein. Zob. C.R. SUNSTEIN: *#Republic: divided democracy in the age of social media*. Princeton 2018, s. 252 i kolejne.

<sup>11</sup> Dowodem na potwierdzenie tej tezy jest porażka rządzącej Demokratycznej Partii Postępu w wyborach lokalnych w 2018 roku. Gary D. Rawnsley również zauważa, że w sprawującym na Tajwanie władzę polityczną duopolu Kuomintang próbuje znaleźć płaszczyznę pragmatycznego funkcjonowania i w rezultacie sukcesywnego zjednoczenia z kontynentem na dogodnych warunkach politycznych w odwołaniu się do tradycyjnej, chińskiej wspólnoty kulturowej, co idzie w sukurs tezom głoszonym przez władze w Pekinie w odniesieniu do Tajwanu. Z kolei Demokratyczna Partia Postępowa stara się, łagodząc skądinąd kontrowersyjny dyskurs niepodległościowy, akcentować odrębność regionalną kultury tajwańskiej. Por. G.D. RAWNSLEY: *Taiwan's Soft Power and Public Diplomacy*. „Journal of Current Chinese Affairs”. Vol. 43/2014, no. 3, s. 172.

- dziennikarstwa obywatelskiego, które – jak zauważa Leah A. Lievrouw – oparte jest na uczestnictwie<sup>12</sup>;
- rozwoju projektu Independent Media Center (Indymedia), który jest „swego rodzaju instytucjonalną egzemplifikacją zapośredniczonego przez nowe technologie informacyjno-komunikacyjne, w tym wypadku głównie Internet, globalnego aktywizmu”<sup>13</sup> w postaci sieci grup medialnych i dziennikarzy publikujących zgodnie z ideą *open content*.

Przyszłość tajwańskiej propagandy kształtować się będzie przede wszystkim w oparciu o nowe media z istotną rolą e-wizerunku państwa oraz intensywną ochroną własnej przestrzeni informacyjnej, w szczególności zaś przeciwdziałanie chińskim operacjom informacyjnym i dezinformacyjnym w obrębie tajwańskiego środowiska informacyjnego<sup>14</sup>.

Przyszłość chińskiej propagandy związana będzie natomiast z rozwojem międzynarodowego nadawania programów telewizyjnych przez państwowe telewizje informacyjne o globalnym zasięgu technicznym oraz ekspansją chińskiego kapitału prywatnego wspieranego przez państwo w celu dominacji własnościowej w organizacjach medialnych, które działają na rynkach medialnych państw znajdujących się w sferze zainteresowań politycznych i gospodarczych Chińskiej Republiki Ludowej.

Odnosząc się do pytań badawczych postawionych we wstępie do niniejszej monografii, wskazać należy, iż kwestia tajwańska w propagandzie chińskiej nie jest jedynie problemem o charakterze wewnętrznym. Dzieje się tak z dwóch powodów. Po pierwsze, kwestia Cieśniny Tajwańskiej ma charakter geopolityczny i strategiczny, z drugiej zaś strony Republika Chińska, która nie koncentruje swojego oddziaływania propagandowego wyłącznie na Chińskiej Republice Ludowej, skutecznie czyni z tak zwanej kwestii tajwańskiej problem o charakterze międzynarodowym.

W toku badań empirycznych i przeprowadzonych analiz potwierdzona została zatem przyjęta hipoteza o istnieniu zależności pomiędzy działaniami propagandowymi prowadzonymi przez Tajwan i Chińską Republiką Ludową, przy czym działania propagandowe realizowane przez Tajwan są niezależne od działań podejmowanych przez Chińską Republikę Ludową i mają na celu kształtowanie relacji Tajwanu z podmiotami prawa międzynarodowego, organizacjami międzynarodowymi oraz obywatelami innych krajów. Działania są ukierun-

<sup>12</sup> L. LIEVROW: *Media alternatywne i zaangażowanie społeczne*. Tłum. M. KLIMOWICZ. Warszawa 2012, s. 152–188.

<sup>13</sup> M. MAJOREK: *Anarchizm 2.0. Ideologia i praktyka w dobie nowych mediów*. Kraków 2017, s. 196–224.

<sup>14</sup> O znaczeniu nowych mediów świadczy fakt, iż w ostatnich trzech latach udział urządzeń mobilnych w komunikacji wzrósł o 20% w stosunku do przenośnych komputerów, jak twierdzi Clint Watts. Por. C. WATTS: *Messaging with the enemy. Surviving in a social media world of hackers, terrorists, Russians and fake news*. New York 2018, s. 157.

kowane na kształtowanie wizerunku i postrzegania Republiki Chińskiej jako „jedynej chińskiej demokracji” oraz rozwój stosunków gospodarczych. Kwestia tajwańska stanowi natomiast element propagandowych działań realizowanych przez Chiny kontynentalne jako podmiot dążący do promowania na świecie idei „jednych Chin” (*one China*).

Czwarta rewolucja przemysłowa – rewolucja informacyjna, która towarzyszy nam współcześnie – ma przede wszystkim egalitarny charakter. Niezależnie od pozycji geopolitycznej i posiadanych zasobów umożliwia ona udział w globalnym dyskursie medialnym podmiotom do tej pory z niego wykluczonym lub stygmatyzowanym, które zyskały niespotykane wcześniej możliwości uzyskiwania przewagi informacyjnej, czyli oddziaływania na kształt lub też nawet i kształtowania globalnego dyskursu medialnego. Konsekwencją tego otwartego dostępu jest jednak szereg zjawisk dotychczas nieznanych lub mających wcześniej marginalne znaczenie, albo występujących w ograniczonym zakresie. Sztuczna inteligencja, operowanie „big data” czy też wykorzystywanie *deep fakes* wymagają skoncentrowania uwagi na kwestiach bezpieczeństwa informacyjnego oraz społecznego, jak i ochrony przestrzeni informacyjnej. Oznacza to przede wszystkim konieczność uwzględnienia środowiska informacyjnego jako przestrzeni ochrony suwerenności w wymiarze zarówno politycznym i społecznym, a nie tylko w aspekcie infrastrukturalnym i cyberbezpieczeństwa infrastruktury krytycznej.

Owa koncentracja uwagi na ochronie przestrzeni informacyjnej realizowana będzie poprzez wzmacnianie poziomu świadomości społecznej w drodze edukacji w zakresie kultury i higieny konsumpcji informacji (m.in. umiejętność weryfikacji *fake news*, w tym także *deep fakes* – przyp. R.R.) i tym samym rozwoju społeczeństwa obywatelskiego, ale także w wymiarze instytucjonalnym<sup>15</sup>.

<sup>15</sup> Przykładem takich działań są przedsięwzięcia realizowane przez Komisję Europejską związane z koniecznością ochrony przed dezinformacyjną ingerencją w wybory do Parlamentu Europejskiego w 2019 roku. W dokumencie *Action Plan against Disinformation* KE uwagę zwraca się na zwiększenie wykrywalności kampanii dezinformacyjnych poprzez wzmocnienie organizacyjne wyspecjalizowanych komórek, tj. EU East StratCom Task Force czy też Komórki UE ds. Syntezy Informacji o Zagrożeniach Hybrydowych w Europejskiej Służbie Działań Zewnętrznych, stworzenie systemu wczesnego ostrzegania w celu usprawnienia wymiany danych oraz informowania w czasie rzeczywistym o zagrożeniach związanych z dezinformacją, a także wdrożenia kodeksu dobrych praktyk przez platformy internetowe i przemysł w celu zapewnienia „przejrzystości w zakresie reklamy politycznej, zwiększenie wysiłków na rzecz zamykania aktywnych fałszywych kont, znakowanie interakcji nieprowadzonych przez człowieka (wiadomości automatycznie wysyłane przez boty) oraz współpracę z podmiotami weryfikującymi fakty i naukowcami w celu wykrywania kampanii dezinformacyjnych i zwiększenia widoczności i upowszechnienia sprawdzonych treści”. Por. *UE uderza w dezinformację*, 5.12.2018; [https://ec.europa.eu/poland/news/181205\\_disinformation\\_pl](https://ec.europa.eu/poland/news/181205_disinformation_pl) [dostęp: 28.02.2019].



## **Aneksy**

**Aneks 1.** Zawartość witryny internetowej Radio Taiwan International w odniesieniu do wskazania „Mainland China”

**Aneks 2.** Zawartość witryny internetowej China Plus (internetowy serwis China Radio International) w odniesieniu do wskazania „Taiwan”

**Aneks 3.** Zawartość witryny internetowej Xinhuanet.com (internetowy serwis Xinhua) w odniesieniu do wskazania „Taiwan”

**Aneks 4.** Zawartość witryny internetowej Focus Taiwan (internetowy serwis CNA) w odniesieniu do wskazania „Mainland China”



**Aneks 1.** Zawartość witryny internetowej Radio Taiwan International w odniesieniu do wskazania „Mainland China”

Zawartość witryny	Kategoria			Wydźwięk		
	Polityka	Gospodarka	Inne	Pozytywny	Neutralny	Negatywny
1	2	3	4	5	6	7
Cabinet to revise statute governing cross-strait interactions	X			X		
Wife of detained activist urges China to give MAC access to husband			X			X
Jade Bells and Bamboo Pipes – Programs – RTI Radio Taiwan			X		X	
MAC sets four goals for 2019 – News – RTI Radio Taiwan International	X				X	
Taiwan steps up search for pork products at airports –		X			X	
Interior minister sees swine fever measures at airport		X				X
VIDEO: Fruit prices checked after night market incident			X			X
Premier Su Tseng-chang is sworn in	X			X		
The 886 Military Dependents' Village			X	X		
VIDEO: Dead animals cause alarm in Changhua, Taipei			X			X
VIDEO: Pig infected with ASF washes up on Kinmen		X				X
Tsai visits Kinmen to inspect ASF measures		X				X
Tsai: Taiwan rejects 'one country, two systems'	X			X		
Six more passengers fined for smuggling meat			X	X		
African swine fever the priority for 2019			X	X		
Japanese pork imports blocked from November		X		X		
Sounds good: Designer explains acoustics of new theatre			X		X	
Tsai inspects swine fever measures at Taoyuan Airport		X		X		X
Stale mate: Panda Yuanzai snubbed by breeding meet			X			
Cross-strait stamp exhibit opens in Taipei			X		X	
Mainland China trying to warn new government: Security bureau Taiwan to attend WHA	X					X
Din Tai Fung opens first shop in Europe				X		
VIDEO: Tracer fire lights up night sky over Matsuo	X					X



cd. Aneksy 1

1	2	3	4	5	6	7
On this day in 1990, the first stock exchange on the Chinese mainland opened in Shanghai.			X		X	
MAC protests Spain decision to deport Taiwanese suspects to China	X					X
Taiwan accuses China of making irresponsible remarks	X					X
No CPTPP member countries with close trade ties with China would give up the vast mainland market for the sake of Taiwan		X			X	
SEF head calls on China to release Lee Ming-che	X					X
Chinese court gives Lee Ming-che five years	X					X
Civic groups keep detained Lee Ming-che in public eye	X					X
Xi using hard and soft tactics on Taiwan: MAC	X					X
Tsai responds to Xi's speech, reiterates cross-strait stance	X					X
MAC head affirms Moriarty remarks on China dialogue	X				X	
Lai on China: Seek common ground, reserve differences	X				X	
Mongolian and Tibetan Affairs Commission to be dissolved this year	X				X	
It has also gained a strong foothold in mainland China and Hong Kong. In 2004, Eslite was chosen			X		X	
China refuses to notify following Lee Ming-che arrest	X					X
MAC won't rule out future trade cooperation with China		X			X	
SEF head hopes to meet with Mainland counterpart	X			X		
Prof. Denys Springer talks about current Taiwan-Saint Lucia ties	X					X
Foreign Min.: Taiwan not bargaining chip at Xi-Trump meeting	X				X	
MAC: Detainee's wife „may have difficulty entering China”	X					X
Activists highlight NGO worker case ahead of Trump, Xi meeting	X					X
MAC: Ties with China still cold	X					X
The General Association of Chinese Culture was established in 1967			X		X	
MAC deputy lays out cross-strait uncertainties ahead	X					X



**Aneks 2.** Zawartość witryny internetowej China Plus (internetowy serwis China Radio International) w odniesieniu do wskazania „Taiwan”

Zawartość witryny	Kategoria				Wydźwięk	
	Polityka	Gospodarka	Inne	Pozytywny	Neutralny	Negatywny
1	2	3	4	5	6	7
Mainland opposes external intervention on Taiwan question	X					X
Chinese embassy slams German newspaper report on Taiwan issue	X					X
22.000 Taiwan residents apply for mainland residence permits			X			X
Recognition of Chinese identity grows in Taiwan: survey			X			X
The Taiwan question arose from chaos, and will be resolved with unity	X					X
Mainland cautions against sowing discord across Taiwan Strait	X					X
China urges U.S. to prudently handle Taiwan-related issues	X			X		
President Xi's proposal a pragmatic roadmap for reunification	X			X		
A Chinese mainland spokesperson Wednesday warned that pushing „desinicization” and „Taiwan independence” in education would poison the younger	X			X		
When it comes to Taiwan, America should reflect on its own history	X				X	
Chinese mainland denounces Taiwan's actions at APEC meeting	X					X
Kung Fu master Hulusi If Treasures Could Talk: Boshan Burner Inlaid with Gold · Hong Kong-born jewelry designer in South Africa			X		X	
Tourist from Taiwan killed by hippo in Kenya			X		X	
Taiwan authority denounced for obstructing cross-Strait exchanges	X			X		
10 dead, 265 injured, 25 missing in M6.5 Taiwan quake			X		X	
Mainland concerned with Taiwan compatriots after Hualien			X		X	
Taiwan question will definitely end with national rejuvenation: Xi	X					X
China vows further action against attempts for Taiwan independence	X			X		
Taiwan train derailment in Yilan County kills at least 18			X		X	
HK, Macao, Taiwan residents eligible for mainland residence permit			X		X	
Taiwan ends search and rescue after M6.5 quake			X		X	
Mainland opposes U.S. Taiwan-related defense act	X			X		

Including Chinese history in East Asian history is a form of „Taiwan Independence“	X				X		
Pingtian window for Fujian-Taiwan cooperation		X				X	
Mainland vows no letting loose on „Taiwan independence“	X				X		
Mainland urges Taiwan to stop intelligence, sabotage activities	X				X		
Academics explain mainland-Taiwan relations to mark 40th Anniversary of Message to Compatriots in Taiwan	X				X		
[Playback] Xi addresses anniversary event for Message to Compatriots	X				X		
Mainland spokesperson denounces political attacks on Taiwanese	X				X		
Xi's speech sets course for Taiwan affairs work: mainland official	X					X	
Downpours hit Taiwan under peripheral influence of Typhoon				X		X	
Taiwan-based writer Li Ao dies aged 83 - China Plus				X		X	
China concerned over U.S. warship in Taiwan Strait	X				X		
Death toll from Taiwan earthquake rises to 15				X		X	
Mainland reiterates opposition to military contact between US, Taiwan	X				X		
Interpreting the crisis behind the Taiwan	X					X	
Taiwan question allows no interference from outside	X						X
China welcomes WHA's decision not to include Taiwan	X						X
Taiwan to be guaranteed lasting peace after peaceful reunification	X				X		
Overspeed causes Taiwan deadly train derailment: investigation				X		X	
Pence's history lesson doesn't tell the full story: Taiwan writer	X				X		
Taiwan's local election results announced	X					X	
Chinese mainland allows Taiwan lawyers to handle more cases				X		X	
Taiwan political force in power undermining cross-Strait „status quo“	X						X
MLB's Taiwan pitcher highest-paid Chinese sportsman				X		X	
Trump's Taiwan move a recipe for disaster	X						
China opposes foreign participation in Taiwan submarine production	X				X		
App launched to promote preferential policies across Taiwan Strait				X		X	
Taiwan residents no longer need work permits to work in mainland				X		X	

cd. Aneks 2

1	2	3	4	5	6	7
Mainland officials extend condolences over death of Taiwan writer Li Ao			X		X	
Mainland's preferential policies for Taiwan well implemented	X					X
Xi Jinping meets with Taiwan delegation led by Lien Chan	X			X		
Mainland Taiwan affairs chief warns against complicated cross-Straits	X					X
Pence's history lesson doesn't tell the full story: Taiwan writer	X				X	
China opposes US-Taiwan contact after opening of new US	X			X		
Two killed, over 100 injured in Taiwan earthquake			X		X	
Taiwan ends search and rescue after M6.5 quake			X		X	
HK, Macao, Taiwan residents allowed to apply for mainland teaching			X		X	
Fujian starts supplying water to Kinmen, Taiwan		X		X		
Attempts to „play Taiwan card“ doomed to fail	X			X		
台铁事故原因初判为转弯超速 Overspeed causes Taiwan deadly train			X		X	
Two mainland passengers injured in Taiwan train derailment			X		X	
Mainland opposes any official contact between US, Taiwan	X			X		
Mainland spokesperson warns Taiwan against Olympics „referendum“	X			X		
Mainland's preferential policies attract more Taiwan youngsters			X			X
Xi charts course for cross-Straits relations: Taiwan affairs official	X			X		
Mainland spokesman reiterates opposition to foreign interference	X			X		
China says Taiwan's DPP should make self-criticism, get back to right track	X			X		
Xi urges Taiwan business community to promote cross-Straits peaceful		X		X		
Mainland condemns Taiwan's persecution of pro-reunification	X			X		
Taiwan should not make issue of M503; mainland official	X			X		
Mainland calls for increased local ties following Taiwan vote	X			X		
China reaffirms one-China policy for Taiwan in int'l activities	X			X		
Military exercises clear warning against „Taiwan independence“	X			X		



11 missing as fishing boat capsizes in Taiwan Strait				X		X
Mainland reiterates opposition to US-Taiwan military contact	X				X	
China lodges solemn representations with US over Taiwan-related law	X				X	
Safety system turned off before Taiwan train derailment: authority				X		X
5.1-magnitude quake hits China's Taiwan				X		X
China lodges protest to Japan over Taiwan issue	X				X	
China firmly opposes U.S.-Taiwan military ties	X				X	
Mainland sends condolences over Taiwan hospital fire				X		X
So-called „Olympics referendum“ in Taiwan against people's will	X				X	
Mainland rejects Taiwan's claims on African swine fever			X			X
Mainland welcomes city-to-city exchanges with Taiwan: spokesperson				X		
Attempts to distance Taiwan from Chinese culture doomed	X				X	
Taiwan must ensure personal safety of mainland students				X		X
Mainland opposes ban on Huawei products in Taiwan institute			X		X	
China denounces name change of Taiwan body in Japan	X				X	
More than 300 Taiwan tourists in quake-hit Jiuzhaigou safe				X		X
At least 18 dead, 164 injured in Taiwan train derailment				X		X
Chinese FM responds to „end of diplomatic truce“ with Taiwan	X				X	
HK, Macao, Taiwan residents can now apply for mainland resident				X		X
Mainland to speed up policy implementation for Taiwan compatriots	X					X
Local measures continue to promote cross-Strait exchanges	X				X	
Mainland ready to help after Taiwan quake kills 9, injures 265				X		X
Chinese navy conducts live fire military drill across Taiwan Strait	X					
Burkina Faso breaks diplomatic ties with Taiwan	X					X
Taiwan earthquake claims 17 lives				X		X
Taiwan television host Kevin Tsai promotes directorial debut in Beijing				X		
China urges U.S. to handle Taiwan issues carefully	X				X	
Chinese mainland spokesperson stresses essence of 1992	X				X	

cd. Aneks 2

1	2	3	4	5	6	7
Taiwan authorities urged to return to 1992 Consensus	X			X		
F-16 crashes in military drill in Taiwan			X		X	
Taiwan can only improve relations with mainland by adhering to 1992	X					X
Mainland officials stress peaceful development of relations	X			X		
New cargo service launched between Chinese mainland and Taiwan		X			X	
DPP administration fully responsible for Taiwan's absence from WHA	X					X
Taiwan television host Kevin Tsai shoots film as a gift to fans			X		X	
Taiwan-based writer Li Ao dies aged 83			X			
Mainland warns Taiwan against courting foreign support	X			X		
Beijing issues mainland resident permit for HK, Macao, Taiwan residents			X		X	
Taipei 101 lit up for late Taiwan documentary director – China Plus			X		X	
Mainland warns against official, military contact between US, Taiwan	X			X		
China firmly opposes U.S. arms sales to Taiwan	X			X		
Huang Zhixian elected Taiwan compatriots' federation president			X		X	
China lodges solemn representations with the U.S. over Taiwan issue	X			X		
Mainland tells Taiwan political figures not to obstruct reunification	X			X		
Taiwan rules in favor of same-sex marriage			X	X		
Mainland protests against „Taiwan independence“	X			X		
Chinese mainland welcomes Taiwan's participation in Belt and Road		X		X		
Chinese PLA Navy to conduct live-fire drill in Taiwan Strait on April 18	X			X		
Taiwan appoints new chief administrator	X			X		
Taiwan suspect arrested on mainland			X		X	
Two thirds of Taiwanese dissatisfied with Tsai's performance: poll	X			X		
„Taiwan independence‘ biggest threat to cross-Strait peace	X			X		
Japanese kicking „comfort women“ statue act of clown	X				X	
Chinese mainland promotes cross-Straits exchanges, cooperation	X			X		

Last 2 bodies of victims killed in Taiwan earthquake recovered				X		X	
Mainland, Taiwan youth attend friendship events in Beijing				X		X	
Chinese mainland urges early release of fishermen detained by Taiwan	X				X		
105-year-old man pursues PhD degree in Taiwan				X	X		
China firmly opposes U.S. arms sales to Taiwan	X				X		
Top political advisor meets Taiwan media group delegation	X					X	
Resisting reunification by force to get Taiwan nowhere	X				X		
Mainland forum focuses on youth talent				X		X	
Almost 7 million homes hit by widespread power blackout in Taiwan				X			X
9 dead, 15 injured after Taiwan hospital fire				X		X	
Trial of Taiwan defendant follows due process	X					X	
Mainland warns any attempts to establish „two Chinas“ or „one China“	X				X		
Xi's speech commemorating 40th anniversary of Message	X				X		
Taiwan attendants begin flying with Xiamen Air				X		X	
Taiwan man investigated over endangering national security				X	X		
Taiwan politics at fault for WHA absence	X						X
Premier vows no tolerance of „Taiwan independence“	X				X		
EAOOC right to cancel Youth Games: mainland spokesperson	X						X
Mainland official stresses peaceful development of cross-Strait	X				X		
Acclaimed film director feared dead in Taiwan helicopter crash						X	
China appreciates Burkina Faso's decision to cut diplomatic ties with Taiwan tree house	X				X		X
China lodges representations with U.S. over Taiwan Travel Act	X					X	
Chinese embassy in Washington denounces U.S.-Taiwan travel bill	X					X	
Mainland fishermen detained by Taiwan patrol: Local authority				X			
China makes solemn representations to U.S. over Taiwan issue	X					X	
Mainland voices opposition to „Taiwan independence“ secessionist	X					X	
Taiwan Travel Act provocative and pointless	X					X	

cd. Aneks 2

1	2	3	4	5	6	7
SpaceX launches Taiwan's first home-built satellite for disaster		X		X		
Party flagship magazine article reviews CPC's Taiwan work	X				X	
China-Panama diplomatic relations ushered in a new dawn between	X					X
China warns Japan over report on Taiwan-related issue	X			X		
Taiwan pop star apologizes to security officer after clash			X		X	
Driver killed in Taiwan tour bus crash			X		X	
China opposes Taiwan-related military clauses signed into U.S. law	X			X		
Premier calls for peaceful development of cross-Strait relations	X			X		
Three tourists from Taiwan killed by falling rocks			X		X	
Vice Premier calls for deeper cross-Strait exchanges	X			X		
Mainland repeats one-China principle as prerequisite for Taiwan's	X			X		
Taiwan actor to hand massive fine for photo copyright infringement			X		X	
Economic cooperation beneficial to people, enterprises across Strait		X		X		
Taiwan earthquake: Two more bodies found as death toll rises to 14			X		X	
Taiwan suspect stands trial for inciting state subversion			X		X	
Mainland holds active and open-minded approach to city-to-city			X	X		
China opposes Taiwan Travel Act passed by U.S.	X			X		
Mainland spokesperson rejects using cross-Strait tension for election	X					X
Xi highlights breakthroughs in cross-Strait relations over 70 years	X			X		
Man from Taiwan sentenced to 5 years in prison for subverting state			X		X	
Xi proposes institutional arrangement for peaceful development	X			X		
Separatist attempt doomed to fail: Chinese mainland spokesperson	X			X		
Xi to attend gathering marking 40th anniversary of Message	X			X		
Mainland committed to promoting cross-Straits exchanges: top political	X				X	
Mainland spokesperson urges DPP to abandon separatist stance	X			X		

Mainland stresses common political foundation for peaceful cross	X				X		
U.S. remains committed to one-China policy: Tillerson	X					X	
Preventing cross-Strait communication goes against will of the people	X						X
Taiwan actress Ady Ang promotes modern drama in Beijing				X		X	
Experts criticize Tsai Ing-wen's cross-Strait policy	X						X
Mike Pence needs a history lesson on the Korean War	X					X	
Cancer-hit Lee Chong Wei plans to return in April				X		X	
China, Burkina Faso resume diplomatic ties	X						X
First Xiamen Airlines Taiwan cabin crew put best foot forward				X		X	
Resumption of China-Burkina Faso ties the right choice	X						X
Xi calls on CPC, KMT to contribute to cross-Strait ties	X					X	
Kwai Lun-mei changes herself into a housewife in Beautiful Accident				X			X

**Aneks 3.** Zawartość witryny internetowej Xinhuanet.com (internetowy serwis Xinhua) w odniesieniu do wskazania „Taiwan”

Zawartość witryny	Kategoria				Wydźwięk		
	Polityka	Gospodarka	Inne		Pozytywny	Neutralny	Negatywny
1	2	3	4	5	6	7	
Students from HK, Macao, Taiwan gain more access to mainland universities			X		X		
Commemoration held in Taiwan for victims			X				
Tourists enjoy scenery of Yangming Mountain Park in Taipei			X	X			
App launched to promote preferential policies across	X			X			
Mainland to improve conditions for Taiwan youth			X		X		
Mainland's preferential policies benefit Taiwan business		X			X		
Mainland welcomes city-level exchanges across Taiwan Straits	X				X		
„One country, two systems“ will benefit	X						X
Taiwan's industrial production index drops 1.86 pct in		X					X
Taiwan libraries see sharp rise in e-book borrowers			X	X			
Taiwan export orders fall 6 pct in January		X					X
Nearly 90 pct of Taiwan employees dissatisfied		X					X
More Taiwan employees consider job change due to low salaries		X					X
Grand praying ceremony for sea goddess Mazu held			X		X		
25.000 passengers affected in Taiwan pilot strike		X					X
Taiwan CPI edges up 0.2 pct in January		X					X
Sunrise scenery at Ali Mountain, SE China's Taiwan			X		X		
Working population on decline in Taiwan		X					X
4.000 passengers affected due to pilot strike in Taiwan		X					X
Mainland rejects Taiwan's claims on African swine fever	X			X			
Shanghai car accident kills one tourist from Taiwan			X		X		
Taiwan to hold combined elections in 2020	X					X	

Taiwan lowers its Q4 economic growth forecast to 1.76 pct		X		X		
Academic requirements eased for Taiwan high-school			X		X	
Mainland vows no letting loose on „Taiwan independence“	X			X		
Proposed ban on mainland sci-tech products in Taiwan		X				X
Mainland opposes external intervention on Taiwan question	X			X		
Mainland adds extra flights to Taiwan for Spring Festival			X		X	
5.2-magnitude quake hits off Taiwan: CENC			X		X	
Over 70 pct Taiwan employees consider part-time jobs		X				X
Mainland officials visit Taiwan compatriots on mainland	X			X		
Companies less confident about Taiwan economic outlook		X				X
Taiwan's industrial production index down in December		X				X
Think tank lowers Taiwan 2019 manufacturing growth fore		X				X
People prepare for upcoming Spring Festival in Taipei			X		X	
Freighter arrives at port in Pingtan after direct sea		X		X		
Mainland's Taiwan affairs chief stresses national reunification	X			X		
Mainland cautions against sowing discord across Taiwan	X				X	
Mainland opposes ban on Huawei products in Taiwan institutions	X			X		
Trade across Taiwan Strait record high in 2018		X		X		
Over 90 pct of Taiwan employees considering job change		X				X
China opposes foreign participation in Taiwan submarine	X			X		
Taiwan appoints new chief administrator	X			X		
HK, Macao, Taiwan residents allowed to apply for mainland			X		X	
Xi's speech commemorating 40th anniversary of Message	X			X		
Taiwan CPI rises 1.35 pct in 2018		X		X		
Taiwan's exports to mainland up 6.3 pct in 2018		X		X		
Number of births in Taiwan hits 5-year low in 2018			X			X



1		2	3	4	5	6	7
News Analysis: How important is Chinese market to			X			X	
Taiwan Democratic Self-Government League vows to promote		X				X	
Taiwan manufacturing continues to shrink in December			X				X
Highlights of Xi's speech at gathering marking 40th		X			X		
Xi's speech sets course for Taiwan affairs work		X			X		
China lodges solemn representations with U.S. over Taiwan		X			X		
Taiwan question allows no interference from outside: Xi		X					X
FLASH: TAIWAN QUESTION ALLOWS NO INTERFERENCE FROM OUTSIDE		X					X
Taiwan to be guaranteed lasting peace after peaceful		X			X		
FLASH: XI PROPOSES MAINLAND, TAIWAN CONDUCT DEMOCRATIC CONSULTATION		X			X		
Taiwan question will definitely end with national		X			X		
Resolving Taiwan question, complete reunification		X				X	
Xi delivers speech at gathering marking 40th		X			X		
China holds gathering marking 40th anniversary		X			X		

**Aneks 4.** Zawartość witryny internetowej Focus Taiwan (internetowy serwis CNA) w odniesieniu do wskazania „Mainland China”

Zawartość witryny	Kategorie			Wydźwięk		
	Polityka	Gospodarka	Inne	Pozytywny	Neutralny	Negatywny
Former AIT head cautions against partisan divide in Taiwan	X					X
Wet weather across Taiwan, possible snow on high mountains			X		X	
Amendments to extradition rules not targeted at Taiwan: Hong Kong			X		X	
MAC stresses need to tighten China visit rules by ex-officials	X					X
Hong Kong proposes extradition law revision to deal with fugitives			X		X	
Hongkongers say 'one country, two systems' not for Taiwan	X			X		
Fujian, Kinmen ties lauded by county magistrate			X	X		
Taiwan to open Cold War battleground island for tourism from March 1			X	X		
Kinmen imposes first fine of NT\$ 200,000 for bringing in meat product		X		X		
Exhibition held by Chinese student captures cross-strait dilemma	X			X		
EU expresses support for Taiwan's system of governance	X			X		



## Bibliografia

- ALEKSANDROWICZ T.: *Podstawy walki informacyjnej*. Warszawa 2016.
- ARO J.: *The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools*. „European View”, no. 15/2016.
- BEACH D., PEDERSEN R.: *Causal case study methods. Foundations and guidelines for comparing, matching and tracing*. Ann Arbor 2016.
- BERKHOFF K.: *Motherland in danger. Soviet propaganda during World War II*. Harvard 2012.
- BERKHOFF K.: *Stalinist propaganda as a system for control*. In: K. BERKHOFF: *Motherland in danger. Soviet propaganda during World War II*. Harvard 2012.
- BRONIATOWSKI D., JAMISON A., QI S., ALKULAIB L., CHEN T., BENTON A., QUINN S., DREDZE M.: *Weaponized Health Communication: Twitter Bots and Russian Trolls Amplify the Vaccine Debate*. „American Journal of Puboic Health”, no. 108(10)/2018.
- BROWN M.: *Is Taiwan Chinese? The impact of culture, power and migration on changing identities*. Berkeley–Los Angeles 2004.
- BURDELSKI M., DZIAK W.: *Republika Chińska na Tajwanie a ONZ*. Toruń 1999.
- BURSZTA W.: *Kotwice pewności. Wojny kulturowe z popnacjonalizmem w tle*. Warszawa 2013.
- CASTELLS M.: *Ruchy społeczne w erze internet*. Tłum. O. SIARA. Warszawa 2013.
- CASTELLS M.: *Sieci oburzenia i nadziei. Ruchy społeczne w erze Internetu*. Tłum. O. SIARA. Warszawa 2013.
- CASTELLS M.: *Spółeczeństwo sieci*. Tłum. M. MARODY. Warszawa 2010.
- CASTELLS M.: *Władza komunikacji*. Tłum. J. JEDLIŃSKI, P. TOMANEK. Warszawa 2013.
- CHAZBIJEWICZ S.: *Polityczny konflikt o terytorium Sahary Zachodniej*. „Forum Politologiczne”. T. 10/2010.
- CHURANOVA O.: *Countering Russian disinformation: Ukrainian NGOs on the frontline*. UA: „Ukraine Analytica”, no. 1(11)/2018.
- CIALDINI R.: *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*. Tłum. B. WOJCISZKE. Gdańsk 2003.
- CIEŚLARCZYK M.: *Psychospołeczne i prakseologiczne aspekty bezpieczeństwa informacyjnego*. W: *Bezpieczeństwo informacyjne w XXI wieku*. Red. M. KUBIAK, S. TOPOLEWSKI. Siedlce–Warszawa 2016.

- CLOUGH R.: *The enduring influence of ROCOT today*. In: *Contemporary Taiwan*. Ed. D. SHAMBAUGH. Oxford 1998.
- COPELAND L., HASELL A., BIMBER B.: *Collective Action Frames, Advocacy Organizations, and Protests Over Same-Sex Marriage*. „International Journal of Communication”, no. 10/2016.
- CZUBIK P.: *Dokumenty z państw nieuznanych w obrocie cywilnoprawnym*. „Problemy Współczesnego Prawa Międzynarodowego, Europejskiego i Porównawczego”. T. 7/2009.
- CZUBIK P.: *Niepodległość Kosowa – niebezpieczeństwo dla zjednoczonej Europy? Krótki zarys problemu*; <http://www.europeistyka.uj.edu.pl/documents/3458728/84b381a4-5a69-430f-a66d-8e107a349859>.
- DARCZEWSKA J.: *Anatomia rosyjskiej wojny informacyjnej. Operacja krymska – studium przypadku*. „Punkt Widzenia”, nr 42/2014.
- DARCZEWSKA J.: *Diabeł tkwi w szczegółach. Wojna informacyjna w świetle doktryny wojennej Rosji*. „Punkt Widzenia”, nr 50/2015.
- DARCZEWSKA J.: *Wojna informacyjna Rosji z Zachodem. Nowe wyzwanie?* „Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego”, wydanie specjalne; <https://www.abw.gov.pl/pl/pbw/publikacje/przeglad-bezpieczenstwa-4/1213,Przeglad-Bezpieczenstwa-Wewnetrznego-WYDANIE-SPECJALNE.html>
- DICE M.: *The True Story of Fake News. How Mainstream Media Manipulates Millions*. San Diego 2017.
- DIJK J.: *Spoleczne aspekty nowych mediów. Analiza społeczeństwa sieci*. Tłum. J. KONIECZNY. Warszawa 2010.
- DOBEK-OSTROWSKA B.: *Komunikowanie polityczne i publiczne*. Warszawa 2012.
- DOBEK-OSTROWSKA B.: *Podstawy komunikowania społecznego*. Wrocław 1999.
- DOBEK-OSTROWSKA B., FRAS J., OCIEPKA B.: *Teoria i praktyka propagandy*. Wrocław 1997.
- DOBEK-OSTROWSKA B., WISZNIOWSKI R.: *Teoria komunikowania publicznego i politycznego*. Wrocław 2002.
- DZWOŃCZYK J.: *Determinanty rozwoju społeczeństwa obywatelskiego w Polsce po 1989 roku*. W: *Rola wyborów w procesie kształtowania się społeczeństwa obywatelskiego w Polsce*. Red. S. DROBZYŃSKI, M. ŻYROMSKI. Poznań 2004.
- EDNEY K.: *The Globalization of Chinese Propaganda. International Power and Domestic Political Cohesion*. New York 2014.
- FEHLER W.: *O pojęciu bezpieczeństwa informacyjnego*. W: *Bezpieczeństwo informacyjne w XXI wieku*. Red. M. KUBIAK, S. TOPOLEWSKI. Siedlce–Warszawa 2016.
- FENBY J.: *Czang Kaj-Szek i jego Chiny*. Tłum. J. WŁODARCZYK. Wrocław 2010.
- FRANCZAK K.: *Perspektywa framing analysis – oferta analityczna dla badań nad dyskursem?* „Przegląd Socjologiczny”. T. 3/2014, nr 63.
- FRASER L.: *Propaganda*. London 1957.
- GAWLIKOWSKI K.: *Taiwan: spory o status wyspy i procesy transformacji*. W: *Azja Wschodnia na przełomie XX i XXI wieku. Studia i szkice. Przemiany polityczne i społeczne. Stosunki międzynarodowe i gospodarcze*. Red. K. GAWLIKOWSKI, M. ŁAWACZ. Warszawa 2004.
- GERARD K.: *ASEAN's Engagement of Civil Society Regulating Dissent*. New York 2014.

- GIDDENS A.: *Życie w społeczeństwie posttradycyjnym*. W: *Modernizacja refleksyjna*. Red. U. BECK, A. GIDDENS, S. LASH. Tłum. J. KONIECZNY. Warszawa 2009.
- GIERSZEWSKI J.: *Bezpieczeństwo społeczne jako dziedzina bezpieczeństwa narodowego*. „Historia i Polityka”, nr 23(30)/2018.
- GILBOA E.: *Dyplomacja w epoce informacji*. W: *Dyplomacja publiczna*. Red. B. OCIEPKA. Wrocław 2008.
- GLIŃSKI P.: *O społeczeństwie obywatelskim w Polsce: teoria i praktyka*. W: *Homo eligens. Społeczeństwo świadomego wyboru*. Red. D. GAWIN. Warszawa 1999.
- GOBAN-KLAS T.: *Public relations, czyli promocja reputacji. Pojęcia, definicje, uwarunkowania. Praktyka działania*. Warszawa 1998.
- GOLDSTEIN F., JACOBOWITZ D.: *Psychological Operations. An introduction*. In: *Psychological Operations. Principles and Case Studies*. Eds. F. GOLDSTEIN, B. FINDLEY. Alabama 1996.
- GOLICYN A.: *Nowe kłamstwa w miejsce starych*. Warszawa 2007.
- GOLITSYN A.: *New Lies for Old. The Communist Strategy of Deception and Disinformation*. New York 1984.
- GÓRNIKIEWICZ M.: *Mass media in psychological operation – Ukrainian Case*. In: *Constructing „Europe” and spread of European values*. Ed. L. MAŻYLIS. Kaunas 2014.
- GRABOWSKI T.: *Metody walki informacyjnej w mediach elektronicznych na przykładzie konfliktu rosyjsko-ukraińskiego (2014–2016)*. „Horyzonty Polityki”. T. 7/2016, nr 20.
- GREY C.: *Modern Strategy*. Oxford 1999.
- GRONOWSKA-STARZEŃSKA A.: *Walka informacyjna – wybrane problemy w ujęciu cybernetycznym*. „Zeszyty Naukowe Akademii Sztuki Wojennej”, nr 4(109)/2017.
- GWIAZDA-RZEPECKA B.: *Komunikacja strategiczna i negocjacje w operacjach wsparcia pokoju*. Wrocław 2015.
- HALIMARSKI A.: *Spór o Tajwan*. Warszawa 1986.
- HALLIN D., MANCINI P.: *Systemy medialne: trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*. Tłum. M. LOREK. Kraków 2007.
- HAMA H.: *State Security, Societal Security, and Human Security*. „Jadavpur Journal of International Relations”, no. 21/2017.
- HARDAKER C.: *Trolling in asynchronous computermediated communication: From user discussions to academic definitions*. „Journal of Politeness Research”, no. 6(2)/2010.
- HARREL Y.: *Rosyjska cyberstrategia*. Tłum. B. LOSSON. Warszawa 2015.
- HEREŹNIAK M.: *Marka narodowa. Jak skutecznie budować wizerunek i reputację kraju*. Warszawa 2011.
- HESS A., SZYMAŃSKA A.: *Pomost medialny? Rola mediów w międzynarodowej komunikacji politycznej na przykładzie relacji polsko-niemieckich*. Kraków 2009.
- HOBBSBAWM E.: *Wynajdywanie tradycji*. W: *Tradycja wynaleziona*. Red. E. HOBBSBAWM, T. RANGER. Tłum. M. GODYŃ, F. GODYŃ. Kraków 2008.
- HUGHES Ch.: *Taiwan and Chinese Nationalism. National Identity and Status in International Society*. London 1997.
- JACHIMOWSKI M.: *Komunikacja strategiczna a dziennikarstwo*. „Rocznik Prasoznawczy”. R. 10/2016.
- JACKSON R., SØRENSEN G.: *Wprowadzenie do stosunków międzynarodowych. Teorie i kierunki badawcze*. Tłum. A. CZWOJDRAK. Kraków 2006.

- JAITNER M.: *Russian information warfare: lessons from Ukraine*. In: *Cyber War in perspective: Russian aggression against Ukraine*. Ed. K. GEERS. Tallinn 2015.
- JANCZAK J.: *Zakłócenia informacyjne*. Warszawa 2001.
- JASTRZĘBSKI J.: *Media i dziennikarstwo alternatywne*. W: *Nowe media we współczesnym społeczeństwie*. Red. M. JEZIERSKI, A. SEKLECKA, Ł. WOJTKOWSKI. Toruń 2011.
- JENKINS H.: *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*. Tłum. M. BERNATOWICZ, M. FILICIAK. Warszawa 2008.
- JOVETT G.S., O'DONNE V.: *Propaganda and persuasion*. London 1999.
- KACAŁA T.: *Dezinformacja i propaganda w kontekście zagrożeń dla bezpieczeństwa państwa*. „Przegląd Prawa Konstytucyjnego”, nr 2(24)/2015.
- KACAŁA T., LIPińska J.: *Komunikacja strategiczna i Public Affairs*. Warszawa 2014.
- KECK M., SAKDAPOLRAK P.: *What is social resilience? Lessons learned and ways forward*. „Erdkunde”. Vol. 67/2013 no. 1.
- KISZKA K.: *Bezpieczeństwo informacyjne człowieka cywilizacji zachodniej*. W: *Bezpieczeństwo informacyjne w XXI wieku*. Red. M. KUBIAK, S. TOPOLEWSKI. Siedlce–Warszawa 2016.
- KOSIDŁO A.: *Sahara Zachodnia. Fiasko dekolonizacji czy sukces podboju?* Gdańsk 2012.
- KOSIENKOWSKI M.: *Naddniestrzańska Republika Mołdawska. Determinanty przetrwania*. Toruń 2010.
- KOSIENKOWSKI M.: *Quasi-państwa w tosunkach międzynarodowych*. „Stosunki Międzynarodowe – International Relations”. T. 38/2008, nr 3–4.
- KOSIENKOWSKI M.: *Współpraca społeczności międzynarodowej z państwami de facto. Studium przypadków*. Lublin 2018.
- KOSSECKI J.: *Elementy wojny informacyjnej*; [http://www.autonom.edu.pl/publikacje/kossecki\\_jozef/elementy\\_wojny\\_informacyjnej-ocr.pdf](http://www.autonom.edu.pl/publikacje/kossecki_jozef/elementy_wojny_informacyjnej-ocr.pdf).
- KOSSECKI J.: *Totalna wojna informacyjna XX wieku a II RP*. Kielce 1997.
- KOTRAS M.: *Praktyki ramowania i przeramowania w dyskursie medialnym dotyczącym Okrągłego Stołu*. „Przegląd Socjologii Jakościowej”. T. 13/2017, nr 3.
- KRAGH M., ÅSBERG S.: *Russia's strategy for influence through public diplomacy and active measures: the Swedish case*. „Journal of Strategic Studies”. Vol. 40/2017, no. 6.
- KRZTOŃ W.: *Współczesne bezpieczeństwo informacyjne wobec zagrożeń cyberterroryzmem*. W: *Bezpieczeństwo informacyjne w XXI wieku*. Red. M. KUBIAK, S. TOPOLEWSKI. Siedlce–Warszawa 2016.
- KUZNETSOV D.: *The Chinese Nationalism and Foreign Policy Component in Mass Consciousness in China*. In: *Overcoming controversies in East Asia*. Red. T. KAMIŃSKI. Łódź 2017.
- LAKOMY M.: *One of the Two Good Outcomes: Turning Defeats into Victories in the Islamic State's Flagship Magazine Rumiyah*. „Terrorism and Political Violence”. Vol. 31/2018, no. 2; DOI: 10.1080/09546553.2018.1506335
- LELONEK A.: *Wojna informacyjna, operacje informacyjne i psychologiczne: pojęcia, metody i zastosowanie*; [https://capd.pl/images/dokumenty/05PL\\_Lelonek.pdf](https://capd.pl/images/dokumenty/05PL_Lelonek.pdf).
- LIEDEL K.: *Bezpieczeństwo informacyjne państwa*. W: *Transsektorowe obszary bezpieczeństwa narodowego*. Red. K. LIEDEL. Warszawa 2011.
- LIEDEL K., PIASECKA P., ALEKSANDROWICZ T.: *Analiza informacji. Teoria i praktyka*. Warszawa 2012.



- LIEVROUW L.: *Media alternatywne i zaangażowanie społeczne*. Tłum. M. KLIMOWICZ. Warszawa 2012.
- LUO J.: *Media system in China: a Chinese perspective*. „International Communication of China Culture”. Vol. 2/2015; DOI: 10.1007/s40636-015-0012-3.
- ŁOŚ R.: *Soft power we współczesnych stosunkach międzynarodowych*. Łódź 2017.
- MACDONALD S.: *Propaganda and information warfare in the twenty-first century. Altered images and deception operations*. London–New York 2007.
- MAJOREK M.: *Anarchizm 2.0. Ideologia i praktyka w dobie nowych mediów*. Kraków 2017.
- MATEJIC N.: *Wojny informacyjne: Jak Daesz w zaawansowany sposób wykorzystuje możliwości przekazu*. „Przegląd NATO”; <https://www.nato.int/docu/review/2016/Also-in-2016/wars-media-daesh-communications-solis/PL/index.htm>.
- MAZUR-CIEŚLIK E.: *Casus Tajwanu jako inspiracja metodyczna dla rozwiązywania niektórych konfliktów narodowościowych na terytorium byłego ZSRR*. „Bezpieczeństwo Narodowe”, nr 25/2013.
- MC GEEHAN T.: *Countering Russian Disinformation*. „The USA Army War Collage Quarterly. Parameters – Contemporary Strategy & Landpower”. Vol. 48/2018, no. 1.
- MICHALCZYK S.: *Komunikowanie polityczne*. Katowice 2005.
- MICHALCZYK S.: *Społeczeństwo medialne. Studia z teorii komunikowania masowego*. Katowice 2008.
- MOLENDĄ-ZDZIECH M.: *Czas celebrytów. Mediatyzacja życia publicznego*. Warszawa 2013.
- MUSIAŁ E.: *Trolling jako przykład zagrożeń informacyjnych w cyberprzestrzeni*. W: *Bezpieczeństwo informacyjne w dyskursie naukowym*. Red. H. BATOROWSKA, E. MUSIAŁ. Kraków 2017.
- NAPIÓRKOWSKI M.: *Władza wyobraźni. Kto wymyśla, co zdarzyło się wczoraj?* Warszawa 2014.
- NOELLE-NEUMANN E.: *Spirala milczenia*. Tłum. J. GILEWICZ. Poznań 2004.
- NOVAK-PIASECKA T.: *Analiza dyskursu medialnego: lingwistyczna analiza dyskursu programu telewizyjnego America's Got Talent (Ameryka ma talent)*. „Językoznawstwo”, nr 1(5)/2011.
- NOWAK E.: *Plebiscytyzacja polityki – media i opinia publiczna jako źródła legitymizacji władzy*. W: *Władza i przywództwo polityczne w demokracji*. Red. E. NOWAK, D. LITWIN-LEWANDOWSKA. Lublin 2010.
- NOWAK K.: *Konstytucja Republiki Kosowa*. Tłum. K. NOWAK. Rzeszów 2010.
- NOWOSAD I.: *Procesy demokratyzacji i tajwanizacji. O roli edukacji w kształtowaniu tajwańskiej tożsamości narodowej*. „Studia z Teorii Wychowania”. T. 9/2018, nr 1(22).
- NYE J.S.: *Soft power. Jak osiągnąć sukces w polityce światowej*. Tłum. J. ZABOROWSKI. Warszawa 2007.
- O'SHAUGHNESSY N.: *Politics and propaganda. Weapons of mass seduction*. Manchester 2004.
- O'SHAUGHNESSY N.: *The death and life of propaganda*. „Journal of Public Affairs”. Vol. 12/2012, no. 1.
- OCIEPKA B.: *Miękka siła i dyplomacja publiczna Polski*. Warszawa 2013.
- OCIEPKA B.: *Nowa dyplomacja publiczna – perspektywa teorii stosunków międzynarodowych i komunikowania politycznego*. „Przegląd Strategiczny”, nr 1/2012.

- PALA M.: *Współczesne zagrożenia dla bezpieczeństwa informacyjnego*. W: *Bezpieczeństwo informacyjne w XXI wieku*. Red. M. KUBIAK, S. TOPOLEWSKI. Siedlce–Warszawa 2016.
- PEGG S.: *Twenty Years of de facto State Studies. Progress, Problems, and Prospects*. In: *Oxford Research Encyclopedia of Politics*. Oxford 2017; <http://politics.oxfordre.com/view/10.1093/acrefore/9780190228637.001.0001/acrefore-9780190228637-e-516>, DOI: 10.1093/acrefore/9780190228637.013.516.
- PIECHOTA G.: *Network Communities as an Expression of Inclusive Culture of Participation in Political Protests: The Sunflower Movement Case Study*. „Communication Today”. Vol. 9/2018, no. 2.
- PIECHOTA G.: *Pomiędzy happeningiem a zmianą. Znaczenie komunikacji sieciowej w protestach społeczno-politycznych*. Kraków 2018.
- PIECHOTA G.: *Promoting the Image of a Country in the International Arena. Case Study: Taiwan*. „Global Journal of Advanced Research”. Vol. 2/2015, nr 10.
- PIECHOTA G.: *Zarządzanie procesem komunikowania w mediach społecznościowych przez miasta Metropolii Silesia i ich prezydentów*. „Zarządzanie Publiczne”, nr 4(22)/2012.
- PIECHOTA G.: *Zmiana paradygmatu w komunikowaniu lokalnym? Propaganda versus technologia*. W: *Lokalne komunikowanie polityczne*. Red. W. FURMAN, P. KUĆA. Rzeszów 2013.
- PIECHOTA G., RAJCZYK R.: *Institutionalization of Ukraine's information policy as a function of strategic communication*. „Central European Political Studies”, no. 3/2018.
- PIECHOTA G., RAJCZYK R.: *Media samorządowe jako narzędzie kreacji wizerunku lokalnego lidera i jego otoczenia (na przykładzie treści publikowanych w tygodniku samorządowym „Twoje Tychy”*. „Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne”. Vol. 34/2012.
- PIECHOTA G., RAJCZYK R.: *Media społecznościowe w protestach politycznych na przykładzie ukraińskiej rewolucji godności*. W: *Komunikowanie społeczne w dobie nowych mediów*. Red. D. PIONTEK, S. OSSOWSKI. Poznań 2017.
- PISKORSKA B.: *Soft power w polityce UE wobec państw Partnerstwa Wschodniego*. Lublin 2017.
- RAJCZYK R.: *Measures and objectives of Taiwanese digital diplomacy*. W: *Komunikowanie społeczne w dobie nowych technologii*. Red. D. PIONTEK, S. OSSOWSKI. Nowy Targ–Poznań 2017.
- RAJCZYK R.: *Nowoczesne wojny informacyjne*. Warszawa 2016.
- RAJCZYK R.: *System konstytucyjny Kosowa*. Katowice 2016.
- RAJCZYK R.: *World's impact of Taiwanese media system*. „China Media Research”. Vol. 12/2016, no. 3.
- RAWNSLEY G.: *Taiwan's Soft Power and Public Diplomacy*. „Journal of Current Chinese Affairs”. Vol. 43/2014, no. 3.
- RICH T.: *Status for Sale: Taiwan and the Competition for Diplomatic Recognition*. „Issues & Studies”. Vol. 45/2009, no. 4.
- RIEGER D., FRISCHLICH L., BENTE G.: *Propaganda 2.0: Psychological effects of right-wing and Islamic extremist internet videos*. Köln 2013.
- ROGOŹA J.: *Internet w Rosji: kolebka społeczeństwa informacyjnego*. Komentarze OSW, 21.03.2012.
- ROI D.: *Taiwan a political history*. New York 2003.

- ROSE G.: *Interpretacja materiałów wizualnych: krytyczna metodologia badań nad wizualnością*. Tłum. E. KLEKOT. Warszawa 2010.
- ROWIŃSKI J., JAKÓBIEC W.: *System konstytucyjny i przedstawicielski Tajwanu*. Warszawa 2015.
- SADŁOCHA J.: *Pomiędzy miękką a twardą siłą: smart power*. „Wrocławskie Studia Polilogiczne”, nr 13/2012.
- SCHRAMM W.: *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana 1954.
- SCHULZ W.: *Komunikowanie polityczne. Koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce*. Tłum. A. KOŻUCH. Kraków 2006.
- SHAMBAUGH D.: *China's Propaganda System: Institutions, Processes and Efficacy*. „The China Journal”, no. 57/2007.
- SŁAWIŃSKI R.: *Etnosy na Tajwanie*. „Krakowskie Studia Międzynarodowe”, nr 1/2011.
- SŁAWIŃSKI R.: *Historia Tajwanu*. Warszawa 2001.
- SŁAWIŃSKI R.: *O zachowaniu tradycyjnych wierzeń i zwyczajów na Tajwanie*. „Krakowskie Studia Międzynarodowe”, nr 1/2009.
- STELMACH K.: *Mediatyzacja propagandy – propagandyzacja mediów: wczoraj i dziś*. „Zeszyty prasoznawcze”. T. 57/2014, nr 2.
- STĘPOWSKI R.: *Marketing terytorialny. Jak zbudować i wypromować markę miejscowości?* Rawa Mazowiecka 2015.
- SUNSTEIN C.: *#Republic: divided democracy in the age of social media*. Princeton 2018.
- SZONDI G.: *Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences*, 22.10.2008; <http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/nationbranding.pdf>.
- SZOSTOK P., RAJCZYK R.: *Komunikowanie lokalne w Polsce. O instrumentach polityki komunikacyjnej samorządów*. Katowice 2013.
- SZTUMSKI J.: *Propaganda – jej problemy i metody*. Katowice 1990.
- SZYMAŃSKA A.: *Rola mediów w strategicznej komunikacji zewnętrznej państwa – szkic teoretyczny*. „Zeszyty Prasoznawcze”. R. 57/2014, nr 2.
- ŚMIGASIEWICZ M.: *Uwarunkowania geopolityczne państw nieuznawanych – casus Tureckiej Republiki Cypru Północnego*. „Przegląd Geopolityczny”. T. 9/2004.
- TOŁWIŃSKI M.: *Etyczny aspekt bezpieczeństwa informacyjnego. Przypadek etyki dziennikarskiej i aksjologii informacji*. W: *Bezpieczeństwo informacyjne w XXI wieku*. Red. M. KUBIAK, S. TOPOLEWSKI. Siedlce–Warszawa 2016.
- TROJNAR E.: *Tajwan. Dylematy rozwoju*. Kraków 2015.
- TUCH H.: *Communicating with the world: US public diplomacy overseas*. New York 1990.
- WANG J.: *Shaping China's Global Imagination. Branding Nations at the World Expo*. New York 2013.
- WASZKIEWICZ J.: *Od komunikacji do wspólnoty*. Wrocław 2002.
- WATTS C.: *Messing with the enemy. Surviving in a social media world of hackers, terrorists, Russians and fake news*. New York 2018.
- WOJNOWSKI M.: *„Zarządzanie refleksyjne” jako paradygmat rosyjskich operacji informacyjno-psychologicznych w XXI w.* „Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego”. T. 7/2015, nr 12.
- WÓDKA M.: *Wyzwania dla bezpieczeństwa informacyjnego w Polsce i Unii Europejskiej*. W: *Bezpieczeństwo informacyjne w XXI wieku*. Red. M. KUBIAK, S. TOPOLEWSKI, Siedlce–Warszawa 2016.

- WRZOSEK M.: *Dezinformacja: skuteczny element walki informacyjnej*. „Zeszyty Naukowe AON”, nr 2(87)/2012.
- YOUNG D.: *The Party Line. How the Media Dictates Public Opinion in Modern China*. Singapore 2013.
- ZHANG X.: *China's International Broadcasting: a Case Study of CCTV International*. In: *Soft Power in China*. Ed. J. WANG. New York 2011.
- ZIĘTEK A.: *Aktualne problemy polityki zagranicznej Republiki Chińskiej na Tajwanie*. W: *Tajwan w stosunkach międzynarodowych*. Red. E. HALIŻAK. Warszawa 1997.
- ZIĘTEK A.: *Tajwan w polityce ChRL*. W: *Chiny w stosunkach międzynarodowych*. Red. K. IWAŃCZUK, A. ZIĘTEK. Lublin 2003.
- ZWOLIŃSKI A.: *Słowo w relacjach społecznych*. Kraków 2003.
- ŻEBROWSKI A.: *Bezpieczeństwo informacyjne Polski a walka informacyjna*. „Rocznik Kolegium Analiz Ekonomicznych”, nr 29/2013.

### Prace zbiorowe

- A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation*. Ed. M. DE COCK BUNING. Luxembourg 2018.
- Azja Wschodnia na przełomie XX i XIX wieku. Studia i szkice. Przemiany polityczne i społeczne. Stosunki międzynarodowe i gospodarcze*. Red. K. GAWLIKOWSKI, M. ŁAWACZ. Warszawa 2004.
- Bezpieczeństwo informacyjne w dyskursie naukowym*. Red. H. BATOROWSKA, E. MUSIAŁ. Kraków 2017.
- Bezpieczeństwo informacyjne w XXI wieku*. Red. M. KUBIAK, S. TOPOLEWSKI. Siedlce–Warszawa 2016.
- Chiny w stosunkach międzynarodowych*. Red. K. IWAŃCZUK, A. ZIĘTEK. Lublin 2003.
- Constructing „Europe” and spread of European values*. Ed. L. MAŻYLIS. Kaunas 2014.
- Contemporary Taiwan*. Ed. D. SHAMBAUGH. Oxford 1998.
- Cyber War in perspective: Russian aggression against Ukraine*. Ed. K. GEERS. Tallinn 2015.
- De Facto States, The Quest for Sovereignty*. Ed. T. BAHCHELI, B. BARTMANN, H. SREBRNIK. London–New York 2004.
- Dyplomacja publiczna wobec wyzwań współczesnego świata*. Red. M. MIEDZIŃSKA, A. KUSZTYKIEWICZ. Warszawa 2017.
- Dyplomacja publiczna*. Red. B. OCIEPKA. Wrocław 2008.
- EU communication policy in its neighbourhood in light of third-party propaganda*. Eds. E. KACA, J. ARENDARSKA, C. SCHMIEDL. Warszawa 2015.
- Homo eligens. Społeczeństwo świadomego wyboru*. Red. D. GAWIN. Warszawa 1999.
- Komunikowanie społeczne w dobie nowych technologii*. Red. D. PIONTEK, S. OSSOWSKI. Nowy Targ–Poznań 2017.
- Lokalne komunikowanie polityczne*. Red. W. FURMAN, P. KUĆA. Rzeszów 2013.
- Modernizacja refleksyjna*. Eds. U. BECK, A. GIDDENS, S. LASH. Tłum. J. KONIECZNY. Warszawa 2009.
- Nowe media we współczesnym społeczeństwie*. Red. M. JEZIEŃSKI, A. SEKLECKA, Ł. WOJTKOWSKI. Toruń 2011.
- Overcoming controversies in East Asia*. Ed. T. KAMIŃSKI. Łódź 2017.

- Oxford Research Encyclopedia of Politics*; <http://oxfordre.com/politics>.  
*Psychological Operations. Principles and Case Studies*. Eds. F. GOLDSTEIN, B. FINDLEY. Alabama 1996.  
*Rola wyborów w procesie kształtowania się społeczeństwa obywatelskiego w Polsce*. Red. S. DROBZYŃSKI, M. ŻYROMSKI. Poznań 2004.  
*Słownik terminów z zakresu bezpieczeństwa narodowego*. Red. J. PAWŁOWSKI. Warszawa 2010.  
*Soft Power in China*. Ed. J. WANG. New York 2011.  
*Tajwan w stosunkach międzynarodowych*. Red. E. HALIŻAK. Warszawa 1997.  
*The War in Syria: Lessons for the West*. Eds. A. KUDORS, A. PABRIKS. Rīga 2016.  
*Tradycja wynaleziona*. Red. E. HOBSBAWM, T. RANGER. Tłum. M. GODYŃ, F. GODYŃ. Kraków 2008.  
*Transsektorowe obszary bezpieczeństwa narodowego*. Red. K. LIEDEL. Warszawa 2011.  
*Władza i przywództwo polityczne w demokracji*. Red. E. NOWAK, D. LITWIN-LEWANDOWSKA. Lublin 2010.

### Akty normatywne

- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie praw autorskich na jednolitym rynku cyfrowym. Document 52016PC0593, COM/2016/0593 final – 2016/0280 (COD).  
 Taiwan Travel Act (Public Law No: 115-135 (03/16/2018)).  
 Taiwan Relations Act (Public Law 96-8, 22 U.S.C. 3301 et seq.).  
 Указ Президента РФ от 05.12.2016 N 646 „Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации”.

### Artykuły prasowe

- BRINKBÄUMER K.: *Merkel's Challenge. Navigating the Post-Fact Era*. „Der Spiegel”, nr 37/2016, 10.09.2016.  
 CHUNG L.: *Taiwan's Kuomintang in crisis as 'ill-gotten gains' law threatens to reverse party's fortune*. „South China Morning Post”, 18.09.2016.  
 EVERINGTON K.: *Taiwan Can Help' slogan posted on Polish trams*. „Taiwan News”, 6.12.2018.  
 FULCO M.: *Taiwan Attracting Fewer Chinese Immigrants*. „Taiwan Business Topics”, 15.11.2018; <https://topics.amcham.com.tw/2018/11/taiwan-attracting-fewer-chinese-immigrants>.  
 JIANG S.: *Beijing has a new propaganda weapon: Voice of China*. CNN, 21.03.2018; <https://money.cnn.com/2018/03/21/media/voice-of-china-propaganda-broadcaster/index.html>.  
 KOZŁOWSKI A.: *Obrona przed patogenami informacyjnymi*, 13.09.2017; [www.cyberdefence24.pl](http://www.cyberdefence24.pl).  
 LAWSON R.: *YouTube Stars Are Now Being Used for North Korean Propaganda*, 16.08.2016; [www.vanityfair.com/culture/2016/08/louis-cole-vlogger-north-korea](http://www.vanityfair.com/culture/2016/08/louis-cole-vlogger-north-korea).  
 LIM L., BERGIN J.: *Inside China's audacious global propaganda campaign*. „The Guardian”, 21.03.2018; <https://www.theguardian.com>.

- LITKA P.: *Widowisko, oświata, propaganda*. „Tygodnik Powszechny”, 7.05.2012.
- MIERZYŃSKA A.: *Rosyjską propagandę szerzą polskie portale. Znaleźliśmy 23 takie witryny!* 30.08.2018; <https://oko.press/rosyjska-propagande-szerza-polskie-portale-znalezlismy-23-takie-witryny>.
- PRZECISZEWSKI P.: *Ujawniono fragmenty dialogu Bartłomieja i Cyryla w kwestii ukraińskiej autokefalii*, 10.10.2018; <https://ekai.pl/ujawniono-fragmenty-dialogu-bartlomieja-i-cyryla-w-kwestii-ukraińskiej-autokefalii>.
- RASKA M.: *China and the ‘Three Warfares’*. „The Diplomat”, 18.12.2015.
- RUSS-MOHL S.: *Bots, Lies And Propaganda: The New Misinformation Economy*, 20.10.2016; <https://en.ejo.ch/latest-stories/bots-lies-and-propaganda-the-new-misinformation-economy>.
- RUTKOWSKA E.: *(De)koncentracja po węgiersku. Władza zamyka usta kolejnym mediom; gazetaprawna.pl*, 6.12.2018.
- TORRES D.: *China’s soft power offensive*; [www.politico.eu/article/china-soft-power-offensive-confucius-institute-education](http://www.politico.eu/article/china-soft-power-offensive-confucius-institute-education), 26.12.2017.
- YI-HSUAN L., HSIAO S.: *NGOs urged to avoid ‘Chinese Taipei’*. „Taipei Times”, 17.12.2018.
- ZGUT E., DENKOVÁ A., YAR L., ZBYTNEWSKA K.: *Fake news in the V4: Governments are often part of the problem*; <http://visegradinfo.eu/index.php/80-articles/564-fake-news-in-the-v4-governments-are-often-part-of-the-problem>.

## Raporty

- A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High Level Expert Group on fake news and online disinformation*. Ed. M. DE COCK BUNING. Luxembourg 2018.
- Australian Foreign Fighters & Domestic Actors Report 2016*. Info Ops HQ; <http://www.infoopshq.com/downloads/australian-foreign-fighters-domestic-actors-report-2016>.
- CARDENAL J., KUCHARCZYK J., MESEŽNIKOV G., PLESCHOVÁ G.: *Sharp power. Rising Authoritarian Influence*; <https://www.ned.org/wp-content/uploads/2017/12/Introduction-Sharp-Power-Rising-Authoritarian-Influence.pdf>.
- Daesh Information Campaign and its Influence. Results of the Study*. Ed. R. ZGRYZIEWICZ. NATO Strategic Communications Centre of Excellence. Riga 2015.
- Field Manual, Headquarter, Department of the Army – FM 3-05.301 MCRP 3-40.6 PSYOP and Information Operations*. Washington 2003.
- GILES K.: *Handbook of Russian Information Warfare*. Rome 2016.
- GLASER B.: *Taiwan’s Quest for Greater Participation in the International Community. A Report of the CSIS Freeman Chair in China Studies*. Washington 2013.
- LUCAS E., NIMMO B.: *Information Warfare: What Is It and How to Win It?* CEPA Infowar Paper no. 1. Washington 2015.
- MATTIS P.: *Counterintelligence Remains Weakness in Taiwan’s Defense*. China Brief. August 17, 2017.
- SZWED R.: *Framing of the Ukraine – Russia conflict in online and social media*. Riga 2016.



**Netografia**

<http://brandfinance.com>  
<http://csm.org.pl>  
<http://eng.pts.org.tw>  
<http://kremlin.ru/acts>  
<http://médiatanács.hu>  
<http://occupywallst.org>  
<http://sputniknews.com>  
<http://taiwanfellowship.ncl.edu.tw>  
<http://tvri.tvr.ro>  
<http://uscode.house.gov>  
<http://visegradinfo.eu>  
<http://www.888.hu>  
<http://www.ait.org.tw>  
<http://www.arats.com.cn>  
<http://www.cctv.cn>  
<http://www.cgtn.cn>  
<http://www.ctusf.org.tw>  
<http://www.europeistyka.uj.edu.pl>  
<http://www.gov.cn>  
<http://www.hanban.org>  
<http://www.icdf.org.tw>  
<http://www.icj-cij.org>  
<http://www.infoopshq.com>  
<http://www.itvn.pl>  
<http://www.kamudiplomasisi.org>  
<http://www.minge.gov.cn>  
<http://www.museum.org.tw>  
<http://www.noastrategia.org.pl>  
<http://www.origo.hu>  
<http://www.rp.pl>  
<http://www.sep.org.tw>  
<http://www.taipeitimes.com>  
<http://www.taitra.org.tw>  
<http://www.taiwantoday.tw>  
<http://www.tfd.org.tw>  
<http://www.tpenoc.net>  
<http://www.tzuchi.org>  
<https://ajph.aphapublications.org>  
<https://businessinsider.com.pl>  
<https://capd.pl>  
<https://ec.europa.eu>  
<https://ekai.pl>  
<https://eur-lex.europa.eu>  
<https://euvsdisinfo.eu>



<https://informatorekonomiczny.msz.gov.pl>  
<https://itvnextra.pl>  
<https://leavenoonebehind.com.tw>  
<https://medium.com>  
<https://money.cnn.com>  
<https://museum-peenemuende.de>  
<https://nspp.mofa.gov.tw>  
<https://oko.press>  
<https://pca-cpa.org/en/home>  
<https://poland.tw>  
<https://polonia.tvp.pl>  
<https://repozytorium.ka.edu.pl>  
<https://rsf.org>  
<https://topics.amcham.com.tw>  
<https://unpo.org>  
<https://www.abw.gov.pl/pl/pbw/publikacje>  
<https://www.afp.com>  
<https://www.cepa.org>  
<https://www.cyberdefence24.pl>  
<https://www.cybsecurity.org>  
<https://www.ey.gov.tw>  
<https://www.gazetaprawna.pl>  
<https://www.ly.gov.tw>  
<https://www.mofa.gov.tw>  
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov>  
<https://www.ned.org>  
<https://www.obs.coe.int>  
<https://www.osw.waw.pl>  
<https://www.petermattis.com/publications>  
<https://www.politico.eu>  
<https://www.president.gov.tw>  
<https://www.scmp.com>  
<https://www.stopfake.org>  
<https://www.stratcomcoe.org>  
<https://www.taiwanexcellence.org>  
<https://www.taiwannews.com.tw>  
<https://www.taiwanngo.tw>  
<https://www.thefirstnews.com>  
<https://www.tygodnikpowszechny.pl>  
<https://www.usa.gov>  
<https://www.vanityfair.com>  
<https://www.youtube.com>

## Spis tabel

Tabela 1. Wybrane definicje terminu <i>propaganda</i> . . . . .	19
Tabela 2. Typologia systemów propagandowych . . . . .	24
Tabela 3. Aspekty ochrony środowiska informacyjnego w jego wymiarach fizycznym, wirtualnym i kognitywnym . . . . .	61
Tabela 4. Ilościowa analiza zasięgów w serwisach Facebook i Twitter . . . . .	116
Tabela 5. Liczba wskazań wzajemnych na podstawie danych z witryn internetowych: RTI, CRI, Focus Taiwan, Xinhuanet.com . . . . .	122
Tabela 6. Liczba materiałów dziennikarskich i wydźwięk kontentu z witryny internetowej RTI . . . . .	122
Tabela 7. Liczba materiałów z każdej kategorii wraz z wydźwiękiem w witrynie RTI . . . . .	122
Tabela 8. Liczba materiałów dziennikarskich i wydźwięk kontentu z witryny internetowej China Plus (internetowy serwis China Radio International) . . . . .	123
Tabela 9. Liczba materiałów z każdej kategorii wraz z wydźwiękiem w witrynie internetowej China Plus (internetowy serwis China Radio International) . . . . .	124
Tabela 10. Liczba materiałów dziennikarskich i wydźwięk kontentu z witryny internetowej Xinhuanet.com (internetowy serwis Xinhua) . . . . .	124
Tabela 11. Liczba materiałów z każdej kategorii wraz z wydźwiękiem w witrynie internetowej Xinhuanet.com (internetowy serwis Xinhua) . . . . .	125
Tabela 12. Liczba materiałów dziennikarskich i wydźwięk kontentu z witryny internetowej Focus Taiwan (internetowy serwis CNA) . . . . .	125
Tabela 13. Liczba materiałów z każdej kategorii wraz z wydźwiękiem w witrynie internetowej Focus Taiwan (internetowy serwis CNA) . . . . .	126



Robert Rajczyk

## **The faces of contemporary propaganda**

### **The case of the Chinese-Taiwan information war**

#### Summary

The book „Contemporary propaganda. The case of the Chinese-Taiwan information war” depicts the oldest propaganda conflict in the world. The first three chapters of the monograph relate to the theory of propaganda in international communication. The next ones review the role of mass as well as social media in creating contemporary propaganda narratives. In the fourth chapter, Taiwan’s propaganda activities are analyzed, taking into account the specific situation of this non-recognized state. The last chapter consists of the analysis of the propaganda activities of the People’s Republic of China in relation to the Taiwanese issue. The research on the narratives and propaganda actions of both countries presents their strategic goals, directions, and adapted methods and techniques. The particular attention was focused on the role of traditional media as well as on the new media. The analysis shows that while the propaganda strategies and actions of both countries are determined by the changing political and economic conditions of both entities, they are also mutually dependent. The Taiwan’s propaganda aim is to create its own image as the „only one Chinese democracy” and to develop favourable economic and cultural relations. On the other hand, continental China promotes the idea of one China (one China policy), and the propaganda activities are focused on strengthening the country’s political and economic position in the world.

The future of Taiwanese propaganda will be shaped primarily on the basis of new media focused on the important role of the e-image of the state and the intensive protection of its own information sphere. The future of Chinese propaganda will be related to the development of the international broadcasting of information programmes by the state-financed television stations having a global reach, and the expansion of state-supported Chinese private capital to dominate ownership in media organizations that operate in the media markets within the areas of the political and economic interests of the People’s Republic of China.



Роберт Райчик

## **Современная пропаганда Случай китайско-тайваньской информационной войны**

### **Резюме**

В книге «Современная пропаганда. Случай китайско-тайваньской информационной войны» представлен один из древнейших пропагандистских конфликтов в мире. Первые три главы монографии посвящены теории пропаганды в международной коммуникации. Далее рассматривается роль массмедиа и социальных сетей в создании современного пропагандистского нарратива. В четвёртой главе анализируется пропагандистская деятельность Тайваня с учётом конкретной ситуации в этом непризнанном государстве. Последняя глава раскрывает особенности пропаганды Китайской Народной Республики по тайваньской проблеме. В исследовании выявлены стратегические цели, направления, а также используемые методы и приёмы пропагандистского нарратива обеих стран. Особое внимание было уделено роли не только традиционных средств массовой информации, но и новых медиа. Анализ показывает, что пропагандистские стратегии и действия обеих стран определяются как изменяющимися политическими и экономическими условиями этих субъектов, так и их взаимозависимостью. Пропагандистская цель Тайваня состоит в том, чтобы создать свой имидж как «единой китайской демократии» и развивать выгодные для себя экономические и культурные отношения. В свою очередь, континентальный Китай продвигает идею одного Китая (политика *один Китай*), а его пропагандистская деятельность направлена на укрепление своей политической и экономической позиции в мире.

Будущее тайваньской пропаганды будет формироваться главным образом на базе новых СМИ с существенной ролью электронного имиджа государства и интенсивной защитой его информационного пространства. Будущее пропаганды Китая будет связано с развитием международного вещания государственных телеканалов и расширением поддерживаемого государством частного китайского капитала. Это связано со стремлением к доминации в правах собственности в организациях СМИ, которые существуют на медиарынках областей, находящихся в сфере политических и экономических интересов Китайской Народной Республики.

Redakcja: KATARZYNA WYRWAS

Projekt okładki: PIOTR CZERSKI

Redakcja techniczna: MAŁGORZATA PLEŚNIAR

Korekta: MARZENA MARCZYK

Łamanie: MAREK ZAGNIŃSKI

Copyright © 2019 by  
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego  
Wszelkie prawa zastrzeżone

**ISSN 0208-6336**

**ISBN 978-83-226-3695-4**

(wersja drukowana)

**ISBN 978-83-226-3696-1**

(wersja elektroniczna)

Wydawca

**Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego**

**ul. Bankowa 12B, 40-007 Katowice**

[www.wydawnictwo.us.edu.pl](http://www.wydawnictwo.us.edu.pl)

e-mail: [wydawus@us.edu.pl](mailto:wydawus@us.edu.pl)

---

Wydanie I. Ark. druk. 10,75. Ark. wyd. 13,0.  
Papier offset. kl. III, 90 g Cena 29,90 zł (w tym VAT)

---

Druk i oprawa: Volumina.pl Daniel Krzanowski  
ul. Księcia Witolda 7–9, 71-063 Szczecin





Z recenzji prof. nadzw. dr hab. Katarzyny Pokornej-Ignatowicz:

Publikacja oparta została na bardzo bogatej literaturze przedmiotu, polskiej i zagranicznej, a badania Autora obejmują szerokie spektrum różnorodnych źródeł. [...] Publikacja powinna zainteresować badaczy międzynarodowego komunikowania politycznego oraz wszystkich zainteresowanych propagandą, stosunkami międzynarodowymi i rolą w nich tradycyjnych i nowych mediów, a także zainteresowanych skomplikowanymi relacjami chińsko-tajwańskimi.

Publikację oceniam jako bardzo ciekawą i wartościową, wprowadzającą nowe treści do polskiego obiegu naukowego.

O autorze:

Robert Rajczyk, adiunkt w Instytucie Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Zainteresowania badawcze koncentruje przede wszystkim wokół problematyki międzynarodowego komunikowania politycznego, propagandy oraz współczesnych systemów politycznych między innymi państw Europy Środkowej i Wschodniej ze szczególnym uwzględnieniem Republiki Mołdawii oraz Kosowa. Trzykrotnie realizował indywidualne granty badawcze w ramach programu Taiwan Fellowship finansowanego przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych Republiki Chińskiej (Tajwanu).

ISSN 0208-6336

Cena 29,90 zł (w tym VAT)

ISBN 978-83-226-3695-4



9 788322 636954

Więcej o książce

